

## Homeoffice: Der Trend geht zum hybriden Arbeiten

Christian Kagerl

**Homeoffice gewann, bedingt durch die Pandemie, enorm an Bedeutung. Wegen der überwiegend positiven Erfahrungen wird Homeoffice in Form von hybrider Arbeit auch in Zukunft bestehen bleiben, auch wenn die Arbeit von zuhause tätigkeitsbedingt nur für eine Minderheit der Beschäftigten in Deutschland möglich ist. Allerdings liefert das Homeoffice damit in ländlichen Räumen nur bedingt neue Perspektiven.**

Die Corona-Pandemie hat das Homeoffice, welches zuvor lediglich ein Randthema war, in den Fokus gerückt. Durch die Maßnahmen zur Eindämmung des Virus wurden viele Betriebe und Beschäftigte zum ersten Mal mit dem Arbeiten von zuhause aus konfrontiert. Die Erfahrungen damit werfen die Frage auf, ob das Homeoffice einen dauerhaften Wandel in der Arbeitswelt hervorgerufen wird oder ob es lediglich zur Bewältigung der Pandemie eingesetzt wurde und eine Rückkehr zum Status Quo vor der Pandemie angestrebt wird. Gleichzeitig hat die Antwort auf diese Frage potenziell wichtige Implikationen für die zukünftige Entwicklung der ländlichen Räume in Deutschland.

### Wer im Homeoffice arbeiten kann

Bevor jedoch die Fragen zu den Auswirkungen und zur Zukunft des Homeoffice beantwortet werden können, soll zuallererst bestimmt werden, in welchem Umfang Homeoffice in Deutschland grundsätzlich nutzbar ist und es sollen Zahlen zur Verbreitung von Homeoffice vor und während der Pandemie präsentiert werden.

Grundsätzlich eignet sich eine Vielzahl von Berufsbildern nicht für die Arbeit im Homeoffice, man denke nur an Kassierer\*innen, Pfleger\*innen oder an viele Beschäftigte in Industrie und Handwerk, wo sich die Frage des Homeoffice tätigkeitsbedingt gar nicht erst stellt. Insgesamt sehen Studien eine recht große Spannweite an Potenzial für Homeoffice: Zwischen rund 30 % (Kagerl und Starzetz 2023), knapp 40 % (Dingel und Neiman 2020) oder bei etwas über 50 % (Alipour et al. 2023), wobei die Definition von homeofficefähig unterschiedlich ausgelegt wird. In diesem Beitrag geht es um Homeoffice in dem Sinne, dass ganze Arbeitstage von zuhause aus erbracht werden können, wobei das Potenzial hierbei eher niedriger ausfällt (der Arbeitsalltag von Lehrer\*innen mit Präsenzzeit in Schule und Vorbereitung im Homeoffice illustriert beispielhaft den Unterschied).

In einer repräsentativen Betriebsbefragung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) während der Pandemie (Bellmann et al. 2022) wurde wiederholt nach dem Umgang mit dem Homeoffice gefragt. Die Ergebnisse der Befragung deuten darauf hin, dass ca. einem Viertel der Beschäftigten in der Privatwirtschaft die Möglichkeit zur Arbeit im Homeoffice gegeben wurde und damit ein Großteil des vorhandenen Potenzials gehoben wurde. Der Anteil der Betriebe, die Homeoffice anboten, stieg dabei von 25 % vor der Pan-

demie auf nahezu die Hälfte im Jahr 2022. Tendenziell war in größeren Betrieben deutlich mehr Homeoffice und in Großstädten etwas mehr Homeoffice möglich, auch unter Berücksichtigung von Tätigkeitsstruktur, Sektor und anderen betrieblichen Merkmalen (wie bspw. Betriebsalter, Betriebsrat, Lohnniveau, Eigentumsverhältnisse). Bei Großbetrieben mit 250 oder mehr Beschäftigten boten so gut wie alle Betriebe Homeoffice an, bei Kleinbetrieben mit 1 bis 9 Beschäftigten lediglich 40 %. Auch räumliche Unterschiede ließen sich beobachten: Gegenüber ähnlichen Betrieben in kreisfreien Großstädten hatten Betriebe mit Sitz in ländlichen Kreisen (definiert über die siedlungsstrukturellen Kreistypen des BBSR) eine um fünf Prozentpunkte signifikant geringere Wahrscheinlichkeit, Homeoffice anzubieten.

### Überwiegend positive Erfahrungen mit dem Homeoffice

Relevant für die Zukunftsperspektiven des Homeoffice sind die Erfahrungen, die Beschäftigte und Betriebe während der Pandemie mit dem veränderten Modus des Arbeitens gemacht haben. Prinzipiell stehen Beschäftigte dabei dem Arbeiten von zuhause positiver gegenüber als Arbeitgeber. Frodermann et al. (2021a) zeigen auf, dass knapp zwei Drittel der Befragten das Homeoffice als „hilfreich“ und (gleichzeitig) als „wenig belastend“ einstufen, dass Arbeitnehmer mit Home-



**Christian Kagerl**

Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Forschungsgruppe des Direktors, Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), Nürnberg

Christian.Kagerl@iab.de  
www.iab.de

office ihre relative Effizienz als verbessert einschätzen und dass sie sich auch in Zukunft möglichst viel Flexibilität bei der Wahl des Arbeitsortes wünschen. Wichtige Gründe dafür sind das Wegfallen der Pendelzeit und vor allem die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Homeoffice (Frodermann et al. 2021b), welche insbesondere bei Eltern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf vereinfachen kann.

Auf Seite der Arbeitgeber wird das Homeoffice ebenfalls eher positiv gesehen, aber in etwas geringerem Maße. Abbildung 1 zeigt, wie Betriebe mit Homeoffice-Angebot die Auswirkungen der Arbeit von zuhause auf verschiedene Bereiche einschätzen. „Keine Auswirkungen“ ist dabei die jeweils am häufigsten genannte Beobachtung. Auffällig ist, dass ein deutlich höherer Anteil an Betrieben die Auswirkungen von Homeoffice auf die Kommunikation im Betrieb eher negativ als positiv einschätzt (bspw. bei der Kommunikation zwischen Beschäftigten: 36 % negativ vs. 14 % positiv). Zugleich werden Arbeitsmoral, die Qualität der Arbeit und auch die Produktivität von Arbeitgeberseite eher positiv als negativ bewertet. Bei der wichtigen Frage der Produktivität gaben 22 % der Betriebe an, im Homeoffice Produktivitätssteigerungen beobachtet zu haben, nur 13 % sprachen von Rückgängen (betrachtet man nur die Personen mit Homeoffice-Möglichkeit im jeweiligen Betrieb, ist der Unterschied noch stärker ausgeprägt und die Anteile betragen 27 % und 9 %).

Auch wenn die exakte Produktivität, vor allem in kreativen Berufen, von den Arbeitgebern mitunter schwer zu bestimmen ist, zeigt dies auf, dass Beschäftigte im Homeoffice tendenziell pro-

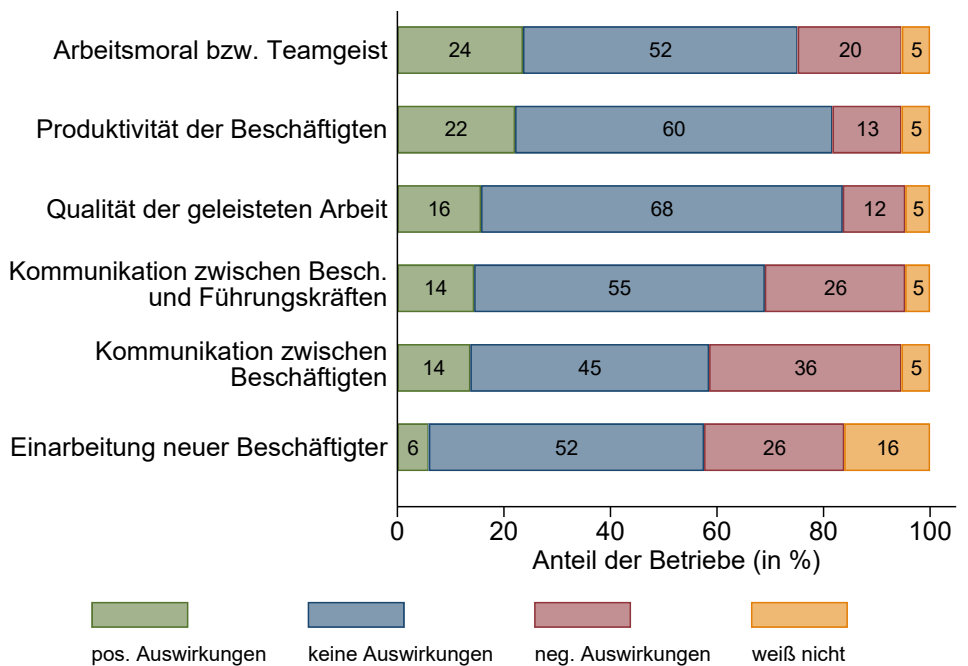
duktiver sind. Das spricht dafür, dass Homeoffice auch in Zukunft von Bedeutung sein wird, ebenso wie die Beobachtung der Betriebe, dass Beschäftigte im Homeoffice etwas mehr Arbeitszeit leisten: Barrero et al. (2021) liefern z. B. Evidenz aus den USA dazu, dass ein Teil der eingesparten Pendelzeit als Arbeitszeit verwendet wird. Andere Studien kommen bei der Betrachtung der Produktivitätswirkungen von Homeoffice ebenfalls überwiegend zu dem Schluss, dass Homeoffice die Produktivität (leicht) steigert, auch wenn es sich dabei oft um Fallstudien einzelner Berufe handelt (Barrero et al. 2021; Bloom et al. 2015; Bloom et al. 2022). Ob die Produktivität im Homeoffice steigt oder nicht, kann von vielen Faktoren abhängen: Nicht alle Tätigkeiten sind gleich gut für das Arbeiten von zuhause geeignet, die Führungskräfte müssen ihre Art des Managements anpassen und

betriebliche Investitionen in digitale Technologien sowie Weiterbildung sind eine wichtige Ergänzung für ein effektives Homeoffice (Kagerl und Starzetz 2023; Gathmann et al. 2023).

## Betriebliche Pläne für die Zukunft des Homeoffice

Aus diesen Beobachtungen der Beschäftigten und Betriebe ergeben sich auch die Pläne für die Zukunft des Homeoffice. Abbildung 2 stellt die Homeoffice-Pläne der Betriebe dar, wobei gefragt wurde, wie der geplante Umfang von angebotenem Homeoffice nach der Pandemie in Relation zum Umfang vor der Pandemie steht. Zusätzlich vergleicht die Abbildung die Antworten zwischen zwei Wellen, einer im Oktober 2020 und einer im Juni 2022, wo die Pandemie im Gefühl vieler bereits vorbei war. Insgesamt gaben im Sommer 2022

**Abbildung 1: Einschätzungen der Betriebe zu den Auswirkungen von Homeoffice auf verschiedene Bereiche**



Quelle: Betriebsbefragung „Betriebe in der Covid-19-Krise“, Welle 19 (November 2021). Nur Betriebe, die in der Pandemie Homeoffice angeboten haben. N = 1 191. Gewichtete Anteile. Adaptiert aus IAB (2021)

30 % der Betriebe mit Homeoffice-Nutzung an, deren Umfang auch in der Zukunft über dem Niveau von 2019 halten zu wollen. Zwei markante Tatsachen sind dabei auffällig: Erstens steigt dieser Anteil mit der Betriebsgröße stetig an, auf über 50 % bei den Großbetrieben. Zweitens haben sich die Pläne der Betriebe über die Pandemie hinweg konkretisiert (weniger „weiß nicht“-Angaben) und der Ausbau des Homeoffice ist als Plan deutlich beliebter geworden, insbesondere bei kleineren Betrieben. Interessant ist dabei zudem, dass im Juni 2022 zwar mehr als ein Drittel der Betriebe in städtischen Kreisen ihr Homeoffice in Zukunft ausbauen wollen, aber nur 18 % der Betriebe in ländlichen Kreisen. Ein Unterschied, der auch bestehen bleibt, wenn man einige Differenzen zwischen Betrieben in

ländlichen und städtischen Regionen – Größe, Industriestruktur, Bildung und Alter der Beschäftigten – berücksichtigt. Arbeitgeber in ländlichen Gegenden stehen dem Homeoffice anscheinend weniger aufgeschlossen gegenüber. Damit lässt sich festhalten, dass das Homeoffice-Niveau der Pandemie zwar vermutlich nicht gehalten werden wird, aber trotzdem deutlich mehr Homeoffice möglich sein wird als vor der Pandemie, allerdings vor allem bei Jobs in urbanen Räumen.

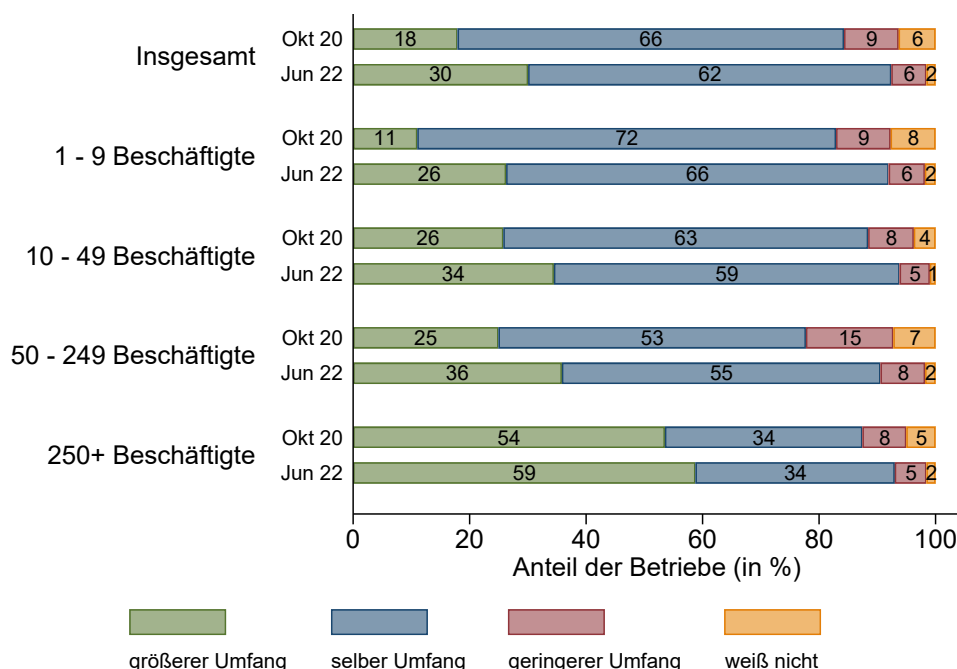
Ein Weg der Betriebe, die beschriebenen Vorteile von Homeoffice (Arbeitszeit, Produktivität) gegen die Nachteile (v. a. Kommunikation) aufzuwiegen, ist das Anbieten von Arbeit im hybriden Format, idealerweise mit festen Arbeitstagen im Büro (bspw. Dienstag bis Donnerstag), um

Kommunikation in Präsenz zu ermöglichen (Bloom 2021). Aksoy et al. (2022) zeigen, dass das hybride Muster in vielen entwickelten Ländern sehr ähnlich ist. In der Tat decken sich die Pläne der Betriebe mit diesem Befund: Die Mehrheit der Beschäftigten (mit passenden Tätigkeiten) soll bis zu maximal drei Tage die Woche im Homeoffice arbeiten können. Planungen von Arbeitgebern, die erlauben, die komplette Arbeitszeit zuhause erbringen zu können, gibt es hingegen kaum (Kagerl und Starzetz 2023).

### Implikationen für ländliche Räume

Auch wenn eigentlich alles dafür spricht, dass Homeoffice weiterhin eine wichtige Rolle spielen wird, betrifft diese Tatsache nur eine Minderheit aller Beschäftigten in Deutschland: etwa ein Viertel, wenn man von der Erbringung von ganzen Tagen im Homeoffice ausgeht, auf dem Land tendenziell weniger. Somit ist auch der Umfang der Personen begrenzt, deren verändertes Verhalten (z. B. ein Umzug aufs Land, wenn Pendeln nicht mehr nötig ist) auf die relative Entwicklung von städtischen und ländlichen Räumen Einfluss nehmen kann. Zudem deutet sich an, dass das hundertprozentige Homeoffice eine Randnotiz bleiben wird, was die Pendeldistanzen nur etwas zu erhöhen vermag. Gleichzeitig befindet sich eben eine Mehrzahl der gutbezahlten Jobs (in denen Homeoffice tendenziell viel mehr möglich ist) in Ballungsräumen (Dauth et al. 2022). Deshalb bieten sich aktuell für ländliche Räume nur geringe Chancen durch das Homeoffice. Doch die Entwicklung ist weiterhin im Gange und bietet damit Gestaltungsoptionen. ■

**Abbildung 2: Homeoffice-Pläne für die Zeit nach der Pandemie, geplanter Homeoffice-Umfang nach der Pandemie im Vergleich zu vor der Pandemie**



Quelle: Betriebsbefragung „Betriebe in der Covid-19-Krise“, Wellen 4 (Oktober 2020) und 24 (Juni 2022). Nur Betriebe, die in der Pandemie Homeoffice angeboten haben. NOkt20 = 1 059 und NJun22 = 1 157. Gewichtete Anteile.

## Coworking – Perspektiven für ländliche Räume

Nicole Dau

**Arbeit ist das halbe Leben, so heißt es. Umso wichtiger, dass die Arbeit sich nahtlos in das Leben einbettet und es nicht blockiert. Dafür können Coworking Spaces, insbesondere in ländlichen Gefilden, einen wichtigen Beitrag leisten. An diesen Orten kommen Menschen aus den unterschiedlichsten Branchen zusammen, egal ob angestellt oder selbständig, und arbeiten gemeinsam und doch unabhängig voneinander. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: weniger Pendeln in umliegende Großstädte, dadurch mehr Zeit für Privates und dennoch lassen sich Arbeitsort und Privatleben besser voneinander trennen, im Gegensatz zur Arbeit im Homeoffice. Aber eins nach dem anderen, denn ländliches Coworking hat die unterschiedlichsten Ausprägungen. Sehen wir uns diese also einmal an.**

### Coworking-Modelle auf dem Land

Natürlich gibt es immer wieder Mischformen und auch weitere, spezielle Arten von Coworking, aber auf Basis der Bertelsmann-Studie „Coworking im ländlichen Raum“ aus 2020<sup>1</sup>, die die CoWorkLand Genossenschaft umgesetzt hat, stehen sieben Typen besonders hervor.

#### Klassisches Coworking

Klassisches Coworking bildet am ehesten das ursprüngliche Modell aus den Großstädten ab, man könnte es auch als die Basis-Variante bezeichnen. Die Orte konzentrieren sich auf digital Arbeitende, haben Räumlichkeiten für die Schreibtischarbeit, Meetings und z. T. auch für Veranstaltungen. Stabiles und schnelles Internet mit mindestens 300 Mbit ist daher eine Grundvoraussetzung, das gilt aber für alle Formen des Coworkings. Auch eine Basisversorgung in Form von Kaffee und Snacks mit einer kleinen Küche gehört zu diesem Standard dazu. Das „Wohnzimmer Coworking“ in Wernigerode ist ein gutes Beispiel dafür. Ein zentrales Element, das immer Bestandteil von Coworking ist, ist bei diesem Basiskonzept ebenfalls vorhanden: Das Community Management. Räumlichkeiten und Platz alleine sind auf dem Land nicht unbedingt das größte Problem. Die Community Manager und Managerinnen kümmern sich darum, dass wirklich eine Gemeinschaft im Coworking Space entsteht. Sie vernetzen die Menschen untereinander, betreiben Marketing, organisieren Veranstaltungen und kümmern sich um alles, was im Space an Pflege und Wartung ansteht. Sie sind das Herz des Ortes und der wichtigste Unterschied zwischen einem Großraumbüro und einem echten Coworking Space.

#### Pendlerhafen

Ein etwas spezifischeres Modell ist der Pendlerhafen. Die schlechter oder zumindest teurer werdenden Lebensbedingungen in Metropolen bringen mehr Familien, Berufseinsteigerinnen und -einsteiger sowie Professionals dazu, frühzeitig in das Umland zu ziehen. Das bedeutet jedoch häufig tägliches Pendeln zur Arbeit. Um dem entgegenzuwirken, entstehen Pendlerhäfen in den Speckgürteln der Metropolen – z. B. das „Ammersee Denkerhaus“ in Dießen bei München. Die Ausstattung und Räume sind vergleichbar mit klassischen Coworking Spaces. Jedoch unterscheidet sich das Geschäftsmodell des Pendlerhafens durch den stärkeren Fokus auf Unternehmenskundinnen und -kunden mit größerem Platzbedarf für ihre Teams. Die Qualität der Ausstattung orientiert sich an den Standards professioneller Büros und hat damit einen größeren Investitionsbedarf. Allerdings können die Betreiberinnen und Betreiber der Spaces auch höhere Preise für Einzeltische und Teambüros verlangen, wenn sich ganze Unternehmen einmieten. Diese wiederum sparen letztendlich trotzdem Kosten, weil sie teure Büroflächen in der Innenstadt reduzieren können.

#### Bottom Hub

Als Bottom Hub bezeichnet die Studie eine Gemeinschaft aus privaten Gründerinnen und Gründern, die mit viel Herzblut und intrinsischer Motivation einen Coworking Space betreiben. Ein Kreis von maximal



**Nicole Dau**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, CoWorkLand eG

nicole@coworkland.de  
www.coworkland.de



Foto: Madeline Tsai

<sup>1</sup> Ulrich Bähr, Juli Biemann, Jule Lietzau und Philipp Hentschel: Coworking im ländlichen Raum. Menschen, Modelle, Trends, hg. v. der Bertelsmann Stiftung 2020, erstellt von CoWorkLand eG und Netzwerk Zukunftsorte e.V.; [www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user\\_upload/Coworking\\_im\\_laendlichen\\_Raum.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/Coworking_im_laendlichen_Raum.pdf) (letzter Zugriff 01.06.2023).

acht Personen, die den Coworking Space regelmäßig selbst nutzen, wenig Fluktuation, ein eigenständig betriebenes Community Management und vergleichsweise kleine Räumlichkeiten um die 150 Quadratmeter sind Erkennungsmerkmale dieses Typus. Einer dieser Bottom Hubs findet sich im „Tokunfthus“ in Bücken in Niedersachsen. Die Menschen hier entwickeln einen Raum für regelmäßige offene Veranstaltungen sowie weitere Angebote für ihr Umfeld. Wirtschaftliche Interessen stehen nicht im Vordergrund und die schwarze Null ist für diese Initialangebote finanziell ausreichend – denn in der Regel sind die Gründerinnen und Gründer bereits selbständig und generieren darüber ihr zentrales Einkommen. Der soziale Mehrwert für die eigene (Wahl-)Heimat macht die eigentliche Motivation aus.

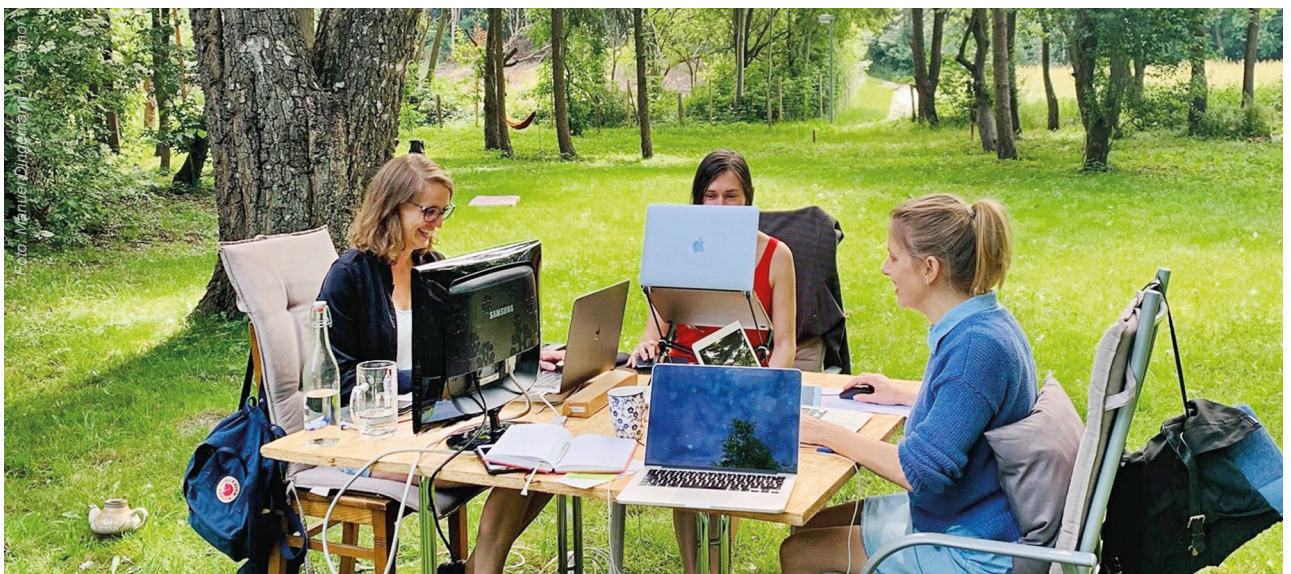
### Workation und Retreat

Wer einen längeren Tapetenwechsel benötigt und gleich für mehrere Tage auf der Suche nach einem Ort zum Leben und Arbeiten ist, der wird bei den Modellen Retreat und Workation fündig. Diese beiden Modelle unterscheiden sich in erster Linie durch ihre Lage. Während Workation-Orte an touristischen Hotspots mit guter Anbindung liegen, finden sich Retreats gerne an sehr abgelegenen Orten und sind noch stärker für einen längeren Aufenthalt und Kontemplation gedacht. Beide haben jedoch gemein, dass sie zusätzlich zum Coworking ein weiteres Standbein besitzen: Übernachtungen. Während Retreat-Angebote die Übernachtung in der Regel mit anbieten, kann ein Workation-Space diese auch durch Kooperationen mit Beherbergungsangeboten im lokalen Umfeld abdecken. Die Entstehung kann unterschiedlich sein. Manchmal leiden Hotel- oder



landwirtschaftliche Betriebe unter finanziellen Einbußen und entwickeln für sich Coworking mit Übernachtung als weiteres Standbein. Andere Orte, wie „Wir bauen Zukunft“ im mecklenburgischen Nieklitz, planen von Anfang an ein ganzheitliches Konzept mit gemeinsamem Arbeiten und Angeboten für den Feierabend.

Diese Orte werden auch für Unternehmen immer spannender: Der Trend geht stark in Richtung ortsunabhängiges Arbeiten, einige Teams sehen sich zu großen Teilen nur noch digital bei Videocalls. Damit dennoch ein stabiles Teamgefüge entsteht, entscheiden sich viele Arbeitgeber für regelmäßige Offsites, also Treffen mit dem ganzen Team für einige Tage zum Arbeiten, für Workshops und für das soziale Miteinander. Retreat- und Workation-Orte bieten dafür die ideale Infrastruktur.



## Wohn- und Arbeitsprojekte

Einen Schritt weiter gehen integrierte Wohn- und Arbeitsprojekte. Es gibt einige Menschen, die Gleichgesinnte und eine Gemeinschaft suchen, in der sie sich entfalten, einbringen und vernetzen können, um ihre eigenen kreativen und geschäftlichen Ideen umzusetzen. Der „Alsenhof“ in Lägerdorf nördlich von Hamburg konzentriert sich genau auf dieses Prinzip. Digitale Arbeitskultur und vielfältiger sozialer Austausch gehen einher mit der Nähe zu Natur und handwerklicher Arbeit. Die Bewohnerinnen und Bewohner der Projekte bringen oft eine hohe Affinität zu Coworking-Konzepten mit und erzeugen so eine Grundauslastung im zum Wohnhaus dazugehörigen Coworking Space. Die Projekte öffnen sich auch für die Menschen vor Ort mit zusätzlichen Angeboten wie frei nutzbaren Werkstätten, Cafés, Übernachtungsmöglichkeiten und kulturellen Veranstaltungen.

## Neue Ortsmitte

Viele Zugezogene wünschen sich Alternativen zu den bestehenden Treffpunkten auf dem Land wie freiwilliger Feuerwehr oder Schützenverein. Die verfügbaren Coworking-Flächen dienen als Basisstruktur, um auch andere Angebote anzusiedeln. So gibt es in vielen ländlichen Gegenden reichlich Leerstand und wo ehemals Kneipen, Cafés oder andere Treffpunkte die Ortsgemeinschaft willkommen hießen, entstehen mit dem Konzept der neuen Ortsmitte neue und zuverlässig geöffnete Orte der Zusammenkunft. Die Möglichkeiten der Erweiterung sind schier endlos und hängen mit den Interessen der Menschen vor Ort zusammen. Café, Seminar- und Veranstaltungsräume sind die klassischen Ergänzungen, allerdings sind auch weitere Angebote wie Poststellen, Kopierläden, Hofläden, Seniorentreffs und Kinderbetreuung möglich. Die Lebensqualität der Menschen wird durch so einen Ort stark angehoben und Leerstand kann sinnvoll genutzt werden.

## Mehrwert von Coworking für die Region

Das Beispiel der neuen Ortsmitte zeigt schon sehr gut, welchen starken Einfluss Coworking Spaces, insbesondere in Kombination mit weiteren Angeboten, auf die ganze Region haben können. Statt düsterer Leerstände entstehen lebendige Treffpunkte für Menschen unterschiedlichen Alters und mit verschiedenen Bedürfnissen. Dabei muss es nicht gleich das Riesenprojekt sein, denn regionale und lokale Partnerschaften und Kooperationen sind ein wesentlicher Bestandteil ländlichen Coworkings. Sei es mit Solidarischen Landwirtschaften, anderen

Wohn- und Lebensprojekten, Gastgewerbe oder Handel. So können sich die Initiativen gegenseitig bestärken. Bereits ein kleiner Coworking Space mit einer aktiven Gemeinschaft kann ausstrahlen und die umliegende Gegend beeinflussen. Wenn tagsüber wieder mehr Menschen in den Orten verbleiben, weil sie nicht regelmäßig weit pendeln müssen und lediglich zum Schlafen nach Hause kommen, lohnen sich auf einmal auch wieder andere Angebote, wie ein Mittagstisch oder eine Fahrradwerkstatt. Zusätzlich können sich Coworking Spaces so günstig auf den Zuzug jüngerer Menschen auswirken. Wenn diese bei ihrer Suche nach neuem Wohnraum in einem ländlichen Umfeld auf Coworking Spaces treffen, haben sie als Neulinge gleich eine Anlaufstelle, um Menschen und dadurch den Ort kennenzulernen und vielleicht sogar mitzugestalten.

## Die verschiedenen Gründungstypen

Unter den Gründerinnen und Gründern von Coworking Spaces gibt es die verschiedensten Motivationen – die meisten lassen sich allerdings vier verschiedenen Typen zuordnen, was ebenfalls ein Ergebnis der Bertelsmann-CoWorkLand-Studie ist.

Typ 1 sind Unternehmerinnen und Unternehmer, die bspw. im Bereich Landwirtschaft, Industrie oder im Dienstleistungssektor bereits erfolgreich sind. Vorhandenes Kapital sowie relativ kurze Entscheidungswege erleichtern ihnen die Gründung. Ihre Motivation ist vielseitig: Einige wünschen sich eine höhere Auslastung vorhandener Räume, andere erhoffen sich, Know-how und Talente durch externe Expertise zu gewinnen. Für viele ist ein Coworking Space auch ein zusätzliches wirtschaftliches Standbein.

Der zweite Typ sind engagierte Gemeinschaften, die häufig einen Coworking Space des Modells Bottom Hub aufbauen. Diese kleinen Gründungsteams wollen, meist ehrenamtlich und aus eigenem Antrieb heraus, ihre Region durch einen Coworking Space aufwerten. Damit schaffen diese oft als Vereine oder genossenschaftlich organisierten Gruppen mehr Aufmerksamkeit für neue Arbeitsformen auf dem Land.

Bei dem dritten Typ handelt es sich um Kommunen. Diese erkennen Coworking Spaces immer häufiger als wichtigen Teil der Daseinsvorsorge. Die entstehenden Räume sind meist multifunktional nutzbar und auch für Vereine oder Gruppen mit geringen finanziellen Mitteln zugänglich. Die Kommune selbst kann die Räumlichkeiten bspw. für Beratungen nutzen, um näher an der Bevölkerung zu sein. So entstehen vollkommen neue Kooperationen und Initiativen für die Region.

Lokale Wirtschaftsförderungen und Gründungszentren bilden den vierten Typus. Gerade Gründungszentren verfügen über bestehende Vernetzungsangebote, Fördermittelberatung, Weiterbildungsformate und einen Zugang zur lokalen Wirtschaft. Durch die große Schnittmenge an Methoden und eine ähnliche Zielsetzung wie beim Coworking entscheiden sich immer mehr Wirtschaftsförderungen, innerhalb ihrer Gründungszentren Coworking Spaces einzurichten. Hier ist es besonders wichtig, dass sich die Träger ernsthaft mit Coworking auseinandergesetzt haben. Allzu schnell entstehen große, moderne Räume mit allen technischen Raffinessen, während der gemeinschaftliche Gedanke und das Community Management vollkommen unter den Tisch fallen. Dies sind dann leider sehr teure, neu geschaffene Orte, die vergeblich auf Nutzerinnen und Nutzer warten.

Generell können wir erkennen, dass Gründerinnen und Gründer sowohl vom Land als auch aus der Stadt kommen. Die meisten haben jedoch einen städtischen Bezug, haben also zumindest eine Zeit lang in Städten gelebt und dort das Konzept des Coworkings kennengelernt. Alle eint am Ende jedoch die Motivation, einen gemeinschaftlichen, lebendigen Ort zu schaffen.

### Erfolgsfaktoren für einen ländlichen Coworking Space

Der Punkt der Gemeinschaft ist erheblich, wenn es darum geht, erfolgreiche Coworking Spaces zu etablieren. Als Genossenschaft, die seit Jahren auf ländliches Coworking spezialisiert ist, haben wir

folgende Reihenfolge für eine sinnvolle Gründung definiert:

- 1 Gemeinschaft aufbauen
- 2 Testphase anbieten, Anwohnerinnen einbeziehen
- 3 Finanzierung prüfen
- 4 Community Management sichern
- 5 Lage und Gebäude finden
- 6 Marketing planen

Natürlich kann es auch Abweichungen geben, denn jede Region und Gründung ist etwas anders. Dennoch lässt sich klar erkennen: Das eigentliche Gebäude, in dem der Ort entstehen soll, steht eher hinten auf der Prioritätenliste. Am besten ist es stattdessen, bereits eine Gemeinschaft aus Coworking-Interessierten zusammenzubringen, bevor überhaupt ein Space eröffnet wird. Das hat gleich mehrere Vorteile: Zunächst nimmt es etwas das Risiko aus der Gründung, denn ländliches Coworking ist alles andere als ein Selbstläufer. Wenn ich jedoch schon vor der Eröffnung eine Gruppe aus Menschen um mich herum versammle, die den Space später nutzen will, sichert das die Auslastung für die erste Zeit. Zusätzlich sind die Gründerinnen und Gründer auf diese Weise gezwungen, sich wirklich mit den Bewohnerinnen und Bewohnern vor Ort auseinanderzusetzen und sie in den Entstehungsprozess des Coworking Space mit einzubeziehen.



Es gilt, den lokalen Bedarf festzustellen und darauf aufbauend ein Geschäftsmodell zu entwickeln, das die Menschen auch wirklich annehmen. Diese Beteiligungsphase kann über Gelingen und Nicht-Gelingen entscheiden. Dafür kann eine Testphase wertvoll sein, wie es die CoWorkLand-Genossenschaft mit temporären PopUp-Coworking Spaces macht.

Um letztlich auch den optimalen Standort zu finden, hat die CoWorkLand-Genossenschaft auf Basis verschiedener Parameter wie Demografie, Infrastruktur, ansässiges Gewerbe, Pendlerstatistiken und weiteren Daten sog. Scans entwickelt. Ergänzend zu Testphase und Befragungen liefern diese Daten einen Überblick, an welchem Ort sich ein Coworking Space anbieten würde. Die weiterführende Analyse wiederum setzt sich anschließend mit einem konkreten Ort auseinander und bewertet die Eignung, denn nicht jedes Gebäude ist für Coworking sinnvoll nutzbar. Ideal ist ausreichend Platz für einen oder gar zwei offene Räume für Veranstaltungen und Schreibtische, zusätzlich zu separaten Besprechungsräumen, sowie gerne auch abschließbare Einzel- oder Teambüros. Ein Außenarbeitsplatz für den Sommer in der Natur ist immer ein gutes Lock-Angebot.

## Städtisches vs. ländliches Coworking

In einer idealen Welt würde es wohl keinen Unterschied zwischen ländlichem und städtischem Coworking geben. Allerdings sieht es in der Realität so aus, dass ländliche Coworking Spaces mehr Ideen und Angebote benötigen, um bestehen zu können, während es in Großstädten oftmals schon ausreicht, günstige Raummieten zu haben. Auf dem Land ist der Platzmangel nicht das drängendste Problem und viele Menschen haben ein voll ausgestattetes Homeoffice zu Hause. Hier braucht es offene Orte der Zusammenkunft, Anschluss und Netzwerke. Das ist es, was die Menschen in der Peripherie anlockt. Die Bertelsmann-CoWorkLand-Studie hat außerdem herausgefunden, dass die Menschen in ländlichen Coworking Spaces wesentlich durchmischer sind. Während es in Großstädten zu sehr großen Teilen junge Digitalarbeitende sind, tummeln sich in ländlichen Spaces Menschen aus den verschiedensten Branchen und in verschiedenen Altersstufen. Seniorinnen und Senioren, Handwerkerinnen und Handwerker, Kulturschaffende, Lehrerinnen und Lehrer und viele mehr kommen an diesen Orten zusammen. So sind die Spaces auf dem Land wesentlich diverser und bilden einen Spiegel der Gemeinde. In Summe könnte man also sagen: Ländliche Spaces haben es initial schwerer,

ins Laufen zu kommen, da sie mit wesentlich mehr Herzblut, Kreativität und Beteiligungsprozessen arbeiten müssen. Am Ende entsteht so aber auch ein besonderer und individueller Ort, der vielen verschiedenen Menschen als Anlaufstelle für Arbeit und Freizeit dient.

## Coworking Spaces lassen sich vielfältig in die Regionalentwicklung integrieren

Wegen ihrer zahlreichen Vorteile wollen viele Menschen einen Coworking Space gründen, wissen aber nicht, wie sie ihn gerade zu Beginn finanzieren sollen. Auf der anderen Seite gibt es auch Kommunen, die diese Konzepte unterstützen wollen und sie daher in den Regionalentwicklungsplänen verankern. Das Gute ist: Coworking Spaces greifen in viele Bereiche des Lebens ein und können daher mit den verschiedensten Fördertöpfen und Entwicklungsplänen in Einklang gebracht werden. Im Bereich Soziales können die Spaces bspw. als offene soziale Treffpunkte wirken, als Mehrgenerationenhäuser, integrative Lernorte und auch Lernorte für Digitalisierung. Das liefe dann unter Schlagwörtern wie dem Dorfgemeinschaftshaus 2.0 oder multiplen Häusern, die verschiedene Funktionen der Grundversorgung wie Ärzte, Friseure, Versicherungen und weitere an einem Ort abdecken. Auch im Bereich der Wirtschaft lässt sich gut mit Coworking Spaces und deren multifunktionaler Nutzung argumentieren. So können diese Orte in die Entwicklungspläne eingehen als Unterstützung für Unternehmenskooperationen, für Start-ups, als Räume für die Kreativwirtschaft, Makerspaces, Orte zum Anlocken von Fachkräften und zur Weiterbildung. Im Umweltsektor punkten Coworking Spaces mit der Verringerung von straßengebundenem Pkw-Individualverkehr. Wenn die Spaces zusätzlich Workation- und Retreat-Angebote im Portfolio haben, lässt sich darüber hinaus mit der Stärkung des Hinterlandtourismus auch während der Nebensaison argumentieren. Wenn Kooperationen mit Kitas bestehen oder selbst eine betrieben wird, steht zusätzlich die bessere Vereinbarkeit von Familie und Arbeit im Fokus.

Diese Beispiele zeigen schon sehr gut: Bei Coworking geht es nicht nur um die reine Lohnarbeit, sondern darum, alle Bereiche des Lebens besser miteinander verweben zu können. Das macht diese Orte für die Regionalentwicklung durchaus spannend und genauso für die vielen Menschen und auch Kommunen, die von dieser besseren Vereinbarkeit profitieren – ob sozial, wirtschaftlich oder für die Umwelt. ■

Region Hildesheim-Süd-niedersachsen:

## Digitalisierung des Handwerks auf dem Land – eine empirische Bestandsaufnahme

Anita Thonipara und Jörg Thomä

**Der vorliegende Beitrag fasst die im Rahmen des Forschungsprojektes „Digitalisierung des Handwerks auf dem Land – DiHaLa“ erzielten Ergebnisse zusammen, stellt Stadt-Land-Unterschiede in der Digitalisierung des Handwerks dar und stellt davon ausgehend Handlungsempfehlungen für die Digitalisierungsförderung ländlicher Handwerksbetriebe vor.**

Die Digitalisierung gewinnt in allen Lebens- und Wirtschaftsbereichen zunehmend an Bedeutung. Handwerksbetriebe spielen in von Abwanderung und Überalterung betroffenen ländlichen Räumen eine besonders wichtige Rolle, indem sie dort eine sozio-ökonomische Ankerfunktion ausüben. In diesem Zusammenhang wird häufig vermutet, dass gerade ländliche Räume und die dort ansässigen Unternehmen beim Einsatz neuer, digitalbasierter Technologien im Vergleich zu urbanen Regionen zurückbleiben. Dies wirft die Frage nach der Digitalisierung des Handwerks auf – denn für die wirtschaftliche, soziale und technologische Entwicklung von ländlichen Regionen sind gerade handwerkliche kleine und mittlere Unternehmen (KMU) von großer Bedeutung. Die technologische Weiterentwicklung der Betriebe und die Frage, wie handwerkliche Strukturen durch Digitalisierung beeinflusst werden, bergen folglich großes Potenzial für die ländliche Entwicklungspolitik von Bund und Ländern. Das Projekt „Digitalisierung des Handwerks auf dem Land – DiHaLa“ hat hierzu wissenschaftliche Grundlagenforschung durchgeführt, um Erkenntnisse zur Digitalisierung von Handwerksbetrieben in ländlichen Räumen zu gewinnen. Hierzu wurden zunächst Daten des IAB Betriebspanel, des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung sowie der Handwerksrolle ausgewertet. Anschließend wurden 32 Experteninterviews mit Handwerksbetrieben in Süd-niedersachsen und zehn Experteninterviews mit regionalen Akteur\*innen durchgeführt, um quali-

tativ-methodische Ergebnisse und Thesen abzuleiten. Die Ergebnisse wurden anschließend durch eine quantitative Datenanalyse validiert. Hierfür wurden über zwei Online-Befragungen Daten unter 969 Handwerksbetrieben in Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern (davon 67 % aus ländlichen Räumen) sowie 38 Beauftragten für Innovation und Technologie der Handwerkskammern deutschlandweit erhoben. Die Ergebnisse des Projekts werden in diesem Beitrag vorgestellt.

### Die Handwerksstruktur in ländlichen Räumen

Wie Daten der Handwerksrolle zu 7 561 Unternehmen des Handwerkskammerbezirks Hildesheim-Süd-niedersachsen zeigen, ist die Handwerksstruktur in ländlichen Räumen stark durch das produzierende Gewerbe geprägt (Bischoff et al. 2020). Entsprechend hoch ist der Anteil der Betriebe mit Standort auf dem Land unter den diesbezüglichen Gewerken des Handwerks: So finden sich besonders häufig Betriebe des Fleischerhandwerks auf dem Land (47,4 % aller Betriebe im Kammerbezirk Hildesheim-Süd-niedersachsen). Ähnlich hoch sind diesbezügliche Anteile bei den Zimmerleuten (40,4 %), den Dachdecker\*innen (38,3 %), Maurer\*innen (36,5 %), Tischler\*innen (35,5 %) und Bäcker\*innen (34,9 %). Dienstleistungsnahe Handwerke sind dagegen häufiger in städtischen Räumen angesiedelt. Aufgrund ihrer Versorgungsfunktion für private Kunden haben



Dr. Anita Thonipara

anita.thonipara@wiwi.uni-goettingen.de

Dr. Jörg Thomä

joerg.thomae@wiwi.uni-goettingen.de



ferner die Lebensmittel- und Gesundheitshandwerke eine vergleichsweise hohe Relevanz für die ländlichen Räume, wobei letztere absolut gesehen dennoch häufiger an städtischen Standorten angesiedelt sind. Ebenso auffällig ist die hohe Ausbildungsleistung der ländlichen Handwerksbetriebe. In der Studie stachen dabei vor allem die folgenden Ausbildungsberufe heraus: Maler\*in und Lackierer\*in, Tischler\*in, Metallbauer\*in, Maurer\*in und Betonbauer\*in, Zimmermann/-frau, Dachdecker\*in, Installateur\*in und Heizungsbauer\*in, Elektrotechniker\*in sowie Bäcker\*in.

## Digitalisierung des Handwerks auf dem Land: Kernergebnisse

Die Relevanz der Digitalisierung wird von nahezu allen in dem Projekt interviewten ländlichen Betrieben und Expert\*innen als hoch eingestuft. Häufig sind es nur einzelne Teilbereiche im Unternehmen, in denen (noch) keine Digitalisierung stattfindet, was häufig auf die meist kleine Größe von Handwerksbetrieben und vorherrschenden Zeitmangel zurückzuführen ist. Häufigste Motive für die Durchführung von Digitalisierungsaktivitäten sind die Möglichkeiten, die sich durch die Digitalisierung im Bereich der effizienteren Gestaltung von Arbeitsabläufen und Kostenreduktionen ergeben (Bischoff et al. 2021). Die Digitalisierung von Handwerksbetrieben kann dabei als ein schrittweiser Prozess verstanden werden, der mit der Einführung digitaler Basistechnologien beginnt, mit der Nutzung digitaler Plattformen fortgesetzt wird und mit der digitalen Vernetzung im Betrieb sowie der Nutzung digitaler Produktionstechnologien abschließt (ebd.).

Wesentlicher Einflussfaktor und Rahmenbedingung für die Digitalisierung in ländlichen Handwerksbetrieben ist die digitale Infrastruktur, welche für einige Betriebe nach wie vor ein Hemmnis darstellt. 88 % der befragten städtischen Betriebe geben an, dass ihre Internetleistung ausreicht, während es im ländlichen Raum nur 75 % der Befragten sind (Bischoff et al. 2022). Obwohl der Breitbandanschluss für die Digitalisierung ländlicher Betriebe wichtig ist, wird die mangelnde Breitbandverfügbarkeit aufgrund der in den vergangenen Jahren intensivierten Ausbauaktivitäten zunehmend weniger als Problem betrachtet (ebd.). Der zukünftige Ausbau des 5G-Netzes ist hingegen für Handwerksbetriebe, die in ländlichen Räumen arbeiten, besonders wichtig, insbesondere für Betriebe, die auf mobiles Arbeiten, z. B. auf einer Baustelle, angewiesen sind (Bischoff und Thonipara 2023).

Die Geschäftsführung der Handwerksbetriebe ist meist der wesentliche Treiber von Digitalisierungsaktivitäten (Bischoff und Thonipara 2022). Die Rolle von Mitarbeitenden unterscheidet sich z. T. stark zwischen einzelnen Betrieben und Gewerken. Häufig wird jedoch die Rolle junger und digitalaffiner Mitarbeiter\*innen hervorgehoben, die als „Digital Natives“ ihre Erfahrungen in der Nutzung neuer Technologien, von Smartphones oder sozialen Medien gewinnbringend einbringen können (Bischoff und Thonipara 2023). Dies zeigt, dass digitale Kompetenzen auch im Handwerk immer wichtiger werden. Allerdings berichten eine Reihe der befragten Handwerksbetriebe, dass es in ländlichen Räumen immer schwieriger wird, geeignete Auszubildende zu finden, die bereits digitale Kompetenzen mitbringen. Daher äußern viele Handwerksbetriebe den Wunsch, dass digitale Inhalte vermehrt in der dualen Ausbildung vermittelt werden (Bischoff und Thonipara 2022). Aktuell nutzen die Betriebe häufig Weiterbildungen sowie externe Anbieter, um digitale Kompetenzen aufzubauen.

## Digitalisierung in ländlichen Räumen – „Death of Distance“ oder „Digital Divide?“ Ergebnisse einer quantitativen Analyse

Die Notwendigkeit von bestimmten Digitalisierungsprozessen im Handwerk wird in städtischen und ländlichen Räumen unterschiedlich eingeschätzt. Aufgrund der persönlichen Kundennähe und der informellen Reputationsmechanismen sind für Betriebe auf dem Land bspw. digitalbasierte soziale Netzwerke weniger relevant als für Betriebe in der Stadt. Aufgrund der ausgeprägten persönlichen Kundennähe setzen Handwerksbetriebe in ländlichen Räumen weniger auf digitale Absatzmärkte als ihre städtischen Pendanten (ebd.). Hingegen haben ländliche Betriebe – unabhängig vom Gewerk – einen tendenziell stärkeren Fokus auf digitale Kommunikation, Vernetzung und Datenaustausch. Dies ist ein Indiz dafür, dass digitale Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) auf dem Land dafür genutzt werden, um die geografische Distanz zum Kunden auf digitalem Wege zumindest ein Stückweit zu überbrücken (Thomä et al. 2021).

In Rahmen des Projekts wurde auch eine empirische Typisierung von handwerklichen KMU auf Basis von Daten des IAB-Betriebspanels durchgeführt. Diese Analyse zeigt, dass – im Einklang zum Reifegradmodell der Digitalisierung – vier Digitalisierungstypen handwerklicher KMU existieren (Anteile an allen befragten Handwerksbetrieben jeweils in Klammern) (ebd.):

- 1 „Analoge“ Betriebe (17 %),
- 2 Digitale Beginner (54 %),
- 3 Teilnehmer der Plattform-Ökonomie (10 %)
- 4 Digitale Vorreiter beim Handwerk 4.0 (19 %).

Während die ersten beiden Gruppen digitale IKT entweder kaum bis gar nicht nutzen, kommen bei der dritten Gruppe soziale Netzwerke für die Personalrekrutierung, für die interne und externe Kommunikation sowie die Nutzung von digitalen Absatzkanälen zum Vertrieb von Produkten hinzu. In der vierten Gruppe wird zusätzlich auf programmgesteuerte Produktionsmittel (z. B. Industrieroboter oder CNC-Maschinen) und die digitale Vernetzung sowie den Datenaustausch zwischen Anlagen, Prozessen und Produkten im Sinne der Industrie 4.0 gesetzt (ebd.). Die räumliche Analyse zeigt, dass an der Plattformökonomie partizipierende Handwerksbetriebe eher in städtischen Regionen ansässig sind (ebd.). Interessanterweise haben dagegen sowohl die „analoge Betriebe“ als auch die „digitalen Vorreiter“ ihren Unternehmenssitz tendenziell eher in ländlichen Räumen (s. Tab.). Am Beispiel handwerklicher KMU zeigt sich somit, dass die sog. „Digital Divide“-These (im Sinne einer digitalen Spaltung zwischen Stadt und Land) und die sog. „Death of Distance“-These (im Sinne der raumüberwindenden Wirkungen digitaler IKT) offenbar gleichberechtigt ihre Gültigkeit haben (Thomä et al. 2021).



## Schlussfolgerungen und Empfehlungen

### Digitale Infrastruktur

Zur Förderung der Digitalisierung ländlicher Handwerksbetriebe sollten infrastrukturelle Faktoren wie der Ausbau der Breitbandversorgung und des 5G-Netzes weiterhin gefördert werden. Während das Vorhandensein von Breitbandanschlüssen aus Unternehmenssicht bereits größtenteils gegeben ist, ist der Ausbau des 5G-Netzes für die mobile Arbeit von Betrieben essenziell wichtig (Bischoff und Thonipara 2023; Bischoff et al. 2022).

### Digitale Kompetenzen

Die Digitalisierungsförderung ländlicher Handwerksbetriebe sollte insbesondere dem Aufbau digitaler Kompetenzen bei den im Handwerk tätigen Personen dienen. Diese sind wesentliche Treiber der Digitalisierung im Allgemeinen, aber sie fehlen häufig in ländlichen Handwerksbetrieben. Ein konsequenter Ausbau digitaler und hybrider Weiterbildungs- und Lernformate ist unabdingbar, um die Betriebe und Mitarbeitenden zu erreichen. Leicht erfassbare Lernformate, Praxisbeispiele sowie didaktisch moderierte Lernszenarien haben sich als besonders effektiv erwiesen (Bischoff und Thonipara 2023).

### Überblick über Möglichkeiten

Niedrigschwellige Unterstützungsformate und Digitalisierungsberatungen sollten den Betrieben dabei helfen, einen besseren Überblick über gewerke- und betriebsspezifische Möglichkeiten für Digitalisierungsmaßnahmen, deren Nutzen für den Betrieb sowie Fördermöglichkeiten zu bekommen (ebd.).

### Geschäftsführende als Gatekeeper

Die Förderung der Digitalisierung ländlicher Handwerksbetriebe sollte insbesondere bei den Kompetenzen und der Bereitschaft der Geschäftsführenden ansetzen. Diese sind in ländlichen Handwerksbetrieben meist die zentralen Akteur\*innen im Bereich der Digitalisierung und für den Austausch von Wissen verantwortlich. Eine differenzierte Ansprache entsprechend des Alters und der Persönlichkeit der Geschäftsführer\*innen kann maßgeblich zum Erfolg der Digitalisierungsförderung beitragen (ebd.). Durch eine solche Vielfalt hinsichtlich der Ansprache können unterschiedliche Persönlichkeitstypen unter den Geschäftsführenden des Handwerks effektiv erreicht werden.

Tabelle: Empirische Typisierung von KMU aus dem Handwerk nach dem Reifegradmodell der Digitalisierung (N = 3 107)

	Digitalisierungstypen im Handwerk			
	„Analoge“ Betriebe	Digitale Beginner	Teilnehmer der Plattform-ökonomie	Digitale Vorreiter beim Handwerk 4.0
Prozentanteil am handwerklichen Mittelstand	16,9 %	53,7 %	10,1 %	19,3 %
<b>Digitale IKT</b> (fett markiert, wenn aktuell von besonders hoher Bedeutung)	Unterdurchschnittliche Nutzung / Bedeutung aller betrachteten IKT-Bereiche	<b>Digitale Basistechnologien</b>	Digitale Basistechnologien <u>plus</u> <b>digitale Plattformen</b>	Digitale Basistechnologien <u>plus</u> digitale Plattformen <u>plus</u> <b>digitale Fertigung / Industrie 4.0</b>
Unternehmensstandort	Eher ländliche Regionen	Keine räumliche Konzentrationstendenz	Eher städtische Regionen	Eher ländliche Regionen
Typische Handwerksbereiche	Handwerke für den privaten Bedarf	Bau- und Ausbauhandwerk	Kraftfahrzeuggewerbe Gesundheitshandwerk	Zulieferer- und Investitionsgüterhandwerk
Typische Unternehmensgröße	Kleinstunternehmen bis 9 Beschäftigte	Alle Größenklassen, jedoch eher kleiner	Klein- und Mittelbetriebe ab 10 Beschäftigte	Klein- und Mittelbetriebe ab 10 Beschäftigte
Wettbewerb	Niedrigere Wettbewerbsintensität Sinkendes Geschäftsvolumen	Niedrigere Wettbewerbsintensität Konstantes Geschäftsvolumen	Hoher Konkurrenz- und Wettbewerbsdruck Steigendes Geschäftsvolumen	Hoher Konkurrenz- und Wettbewerbsdruck Steigendes Geschäftsvolumen
Digitale Infrastruktur	Häufig kein Breitbandanschluss Leistungskapazität des Breitbandanschlusses reicht oft nicht aus	Durchschnittliche Breitband-Konnektivität / Leistung	Breitbandanschluss ist häufig vorhanden Starke Leistungskapazität des Breitbandanschlusses	Breitbandanschluss ist häufig vorhanden / durchschnittliche Leistungskapazität
Betriebliche Investitionen und Innovationen	Veraltete Technik, kaum Investitionen und wenig Innovation	Durchschnittlicher technischer Stand, Investitionen und Innovationen leicht unter dem Mittel	Moderne Technik, hohe Investitions- und Innovationsaktivität	Moderne Technik, sehr hohe Investitions- und Innovationsaktivität

Quelle: Thomä et al. (2021) ■

Die Literaturangaben finden Sie unter: [www.asg-goe.de/pdf/LR0223-Literatur-Thonipara-Thomä.pdf](http://www.asg-goe.de/pdf/LR0223-Literatur-Thonipara-Thomä.pdf)