



ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN HANDWERKS



Entwicklung der Exportaktivitäten im Handwerk im Jahr 2016

*Ergebnisse einer Umfrage
in der Handwerksorganisation*

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.



Inhalt

Einleitung	3
I. Durchführung der Umfrage	3
II. Umfrageergebnisse	3
1. Kapazitäten in der Außenwirtschafts- und Messeberatung	3
2. Umfang der außenwirtschaftlichen Beratung	3
3. Außenwirtschaftliche Beratungsthemen	4
4. Beratungsdauer	5
5. Exportmärkte	6
6. Branchenzugehörigkeit der beratenen Betriebe	6
7. Außenwirtschaftliche Serviceleistungen der Handwerksorganisation	7
8. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen	9
9. Auswirkungen der Wirtschaftsentwicklung Anfang 2017 auf die Außenwirtschaftsberatung und Exportaktivitäten des Handwerks	9
III. Zusammenfassung und Bewertung	10
Anhang: Fragebogen	12



Einleitung

Die Umfrage "Entwicklung der Exportaktivitäten im Handwerk" wird vom ZDH seit 2008 bei den Außenwirtschaftsberaterinnen und -beratern der Handwerksorganisation durchgeführt. Da die erste Umfrage für das 2. Halbjahr 2008 durchgeführt wurde, gehen die jährlichen Vergleiche nur bis zum Jahr 2009 zurück.

Die aktuelle Erhebung bezieht sich auf die Entwicklung im Jahr 2016 sowie die Situation zum Zeitpunkt der Befragung Anfang 2017.

I. Durchführung der Umfrage

Die Umfrage wurde unter 45 Handwerksorganisationen mit Außenwirtschaftsberatungsstellen durchgeführt. 34 Organisationen (Rücklaufquote: 76 %) haben sich an der Befragung beteiligt, darunter 32 Handwerkskammern. Die teilnehmenden Organisationen sind für 81 % aller Handwerksbetriebe in Deutschland zuständig.

II. Umfrageergebnisse

1. Kapazitäten in der Außenwirtschafts- und Messeberatung

Die 34 Handwerksorganisationen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, beschäftigten Anfang 2017 61 Außenwirtschaftsberater, von denen einige auch für Messeberatungen zuständig sind. Die diesen Experten für außenwirtschaftliche Beratungen zur Verfügung stehende Arbeitszeit betrug zum Zeitpunkt der Umfrage 37 Vollzeitäquivalente (VZÄ), was durchschnittlich 1,1 VZÄ je teilnehmender Organisation entspricht.

2. Umfang der außenwirtschaftlichen Beratung

Die Nachfrage der Betriebe nach außenwirtschaftlichen Beratungen ist im Jahr 2016 gegenüber 2015 gesunken. Insgesamt wurden rd. 10.200 außenwirtschaftliche Beratungen¹⁾ durchgeführt, was einem Rückgang von 7,4 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entspricht.

Je (voller) Beratungsstelle²⁾ wurden im Beobachtungszeitraum durchschnittlich 220 Beratungen (2015: 230)³⁾ durchgeführt. Auf jede der befragten Handwerksorganisationen entfielen im Jahr 2016 im Schnitt 249 außenwirtschaftliche Beratungen (2015: 269)⁴⁾.

1) Die in den Umfragen 2008 bis 2016 erhobenen Beratungszahlen wurden auf das gesamte Beratungsnetzwerk hochgerechnet.

2) Eine volle Beratungsstelle entspricht einem Vollzeitäquivalent (VZÄ).

3) Die Zahlen beziehen sich auf die Handwerksorganisationen, die sich sowohl an den Umfragen für die Jahre 2015 als auch 2016 beteiligt haben.

4) Wie 3).

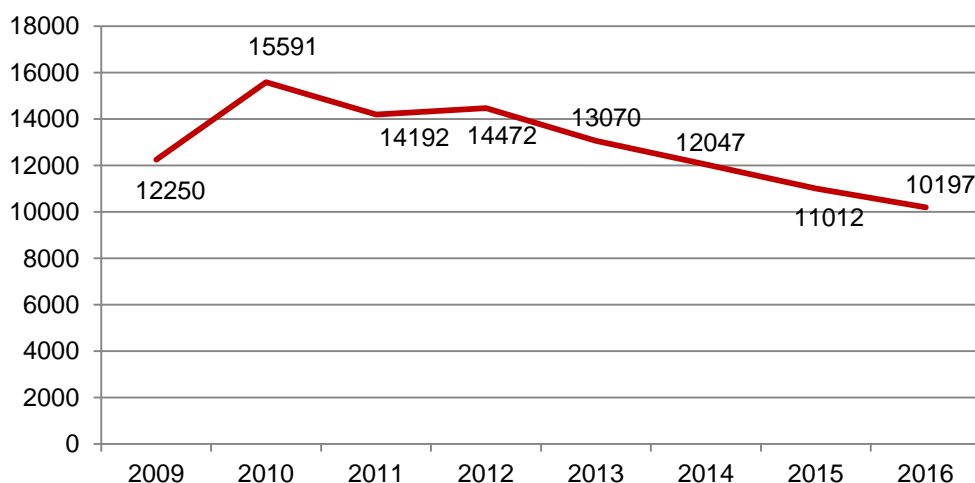


Abb. 1: Entwicklung der Außenwirtschaftsberatungen 2009 bis 2016

3. Außenwirtschaftliche Beratungsthemen

Der Anteil der Beratungen zur Dienstleistungserbringung im Ausland ist weiter auf 41 % (2015: 36 %) gestiegen, während Auskünfte zu Steuerfragen etwas seltener als im Vorjahr durchgeführt wurden und einen Anteil von 14 % (16 %) ausmachten. Das Interesse an Beratungen zum Warenexport innerhalb und außerhalb Europas sowie zur Auskunftserteilung zum europäischen Binnenmarkt ist mit Beratungsanteilen von jeweils 8 % unverändert hoch geblieben.

Auf 5 % (3 %) gestiegen ist der Beratungsanteil zum Einsatz von Mitarbeitern und Subunternehmern aus dem Ausland in Deutschland. Gleichbleibende Bedeutung hatten Beratungen zum Einstieg in das Auslandsgeschäft (5 %), zu Marketing/Vertrieb/Auslandsmessen (4 %) und zur Vertragsgestaltung (3 %).

Rückgänge waren bei Beratungen zu Unternehmerreisen und Kooperationsbörsen mit 3 % (4 %), Informationen zu sonstigen Staaten mit 2 % (6 %) sowie Beratungen zur Finanzierung und Förderung des Auslandsgeschäfts mit einem Anteil von nur noch 1 % (3 %) zu verzeichnen.

Beratungen zu sonstigen Themen sind im Jahr 2016 auf einen Anteil von 6 % (3 %) angestiegen. Hierunter fallen unter anderem umfassende Leistungspakete für Exportaktivitäten in bestimmte Zielländer sowie Beratungen zum Präferenzrecht, zu Arbeitssicherheit und Existenzgründungen von Ausländern in Deutschland.

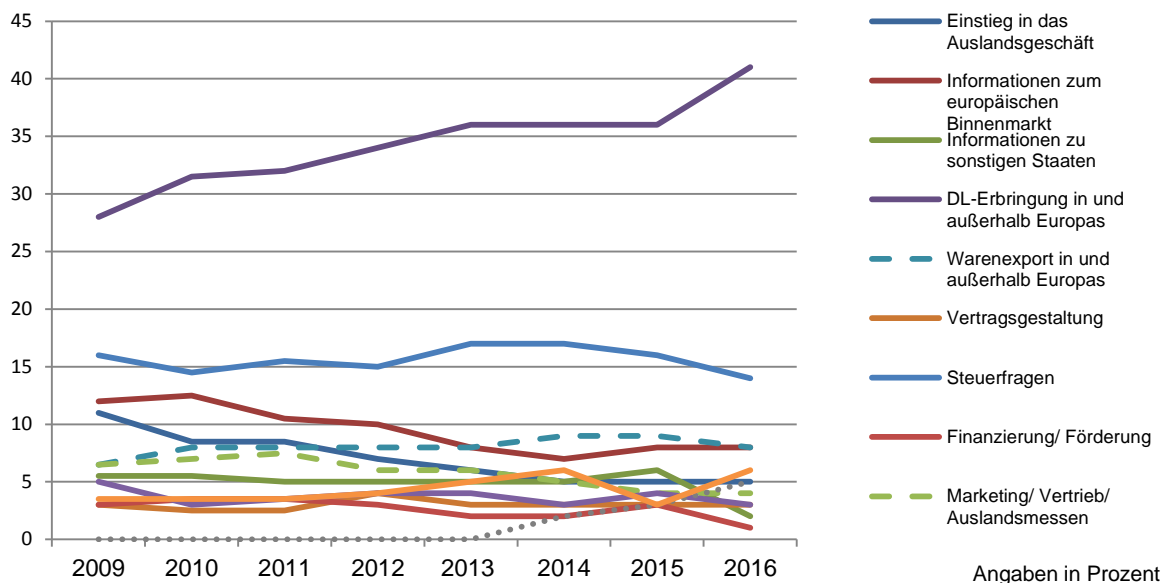


Abb. 2: Themen der Außenwirtschaftsberatung vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2016

Seit 2009 ist der Anteil der Beratungen zum Dienstleistungsexport von unter 30 % kontinuierlich auf über 40 % im Jahr 2016 gewachsen. Deutlich zugenommen haben Beratungen zum Einsatz von Mitarbeitern und Subunternehmern aus dem Ausland in Deutschland, deren Anteil sich von 2014 bis 2016 mehr als verdoppelt hat.

4. Beratungsdauer

Beratungen von unter ½ Stunde wurden 2016 deutlich seltener durchgeführt (29 %) als im Vorjahr (33 %), wohingegen der Anteil der Beratungen zwischen einer halben und drei Stunden von 45 % auf 50 % gestiegen ist. Jede fünfte Beratung dauerte 2016 – wie auch im Jahr 2015 - länger als 3 Stunden.

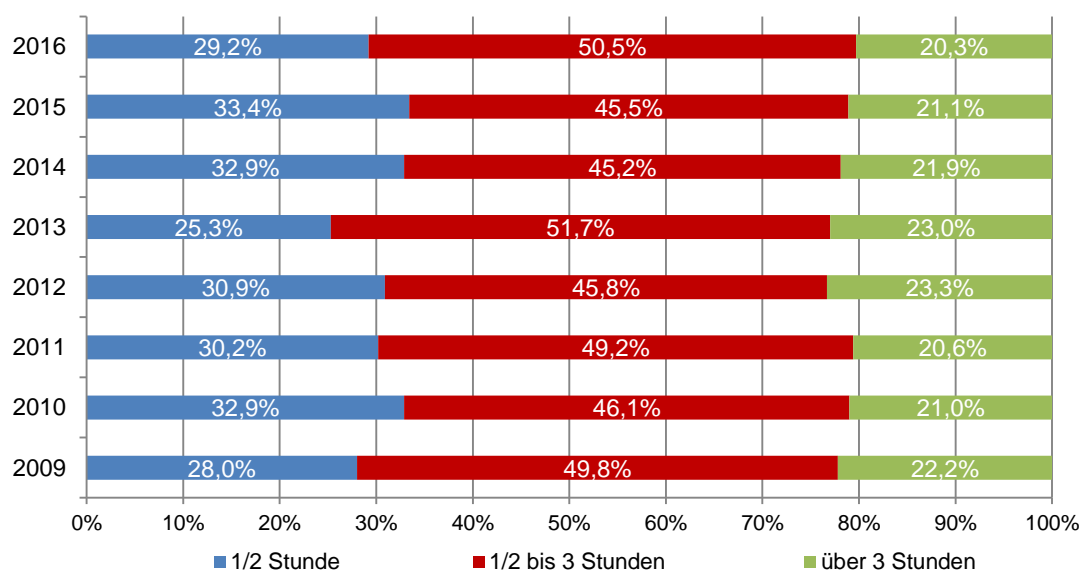


Abb. 3: Vergleich der durchschnittlichen Beratungsdauer vom Jahr 2009 bis zum Jahr 2016



5. Exportmärkte

Wichtigster Absatzmarkt war weiterhin die Schweiz, zu der wie im Vorjahr ein gutes Viertel der Außenwirtschaftsberatungen (2016: 27 %; 2015: 26 %) durchgeführt wurde. Weitere Märkte von besonderer Attraktivität für das exportorientierte Handwerk lagen in Österreich (14 %; 11 %); Frankreich sowie Polen/Tschechien folgten mit 12 % (11 %) bzw. 6 % (5 %). Außereuropäische Märkte wurden in 6 % (6 %) der Beratungen behandelt, 11 % (13 %) der Beratungen hatten keinen unmittelbaren Länderbezug.

82 % der Beratungen bezogen sich auf europäische Zielmärkte, davon über die Hälfte der Beratungen (53 %) auf EU-Länder und 29 % auf andere europäische Märkte. Jeweils 3 % bzw. 2 % der Beratungen wurden zu Exportgeschäften nach Asien und Amerika durchgeführt, 1 % zum afrikanischen Kontinent.

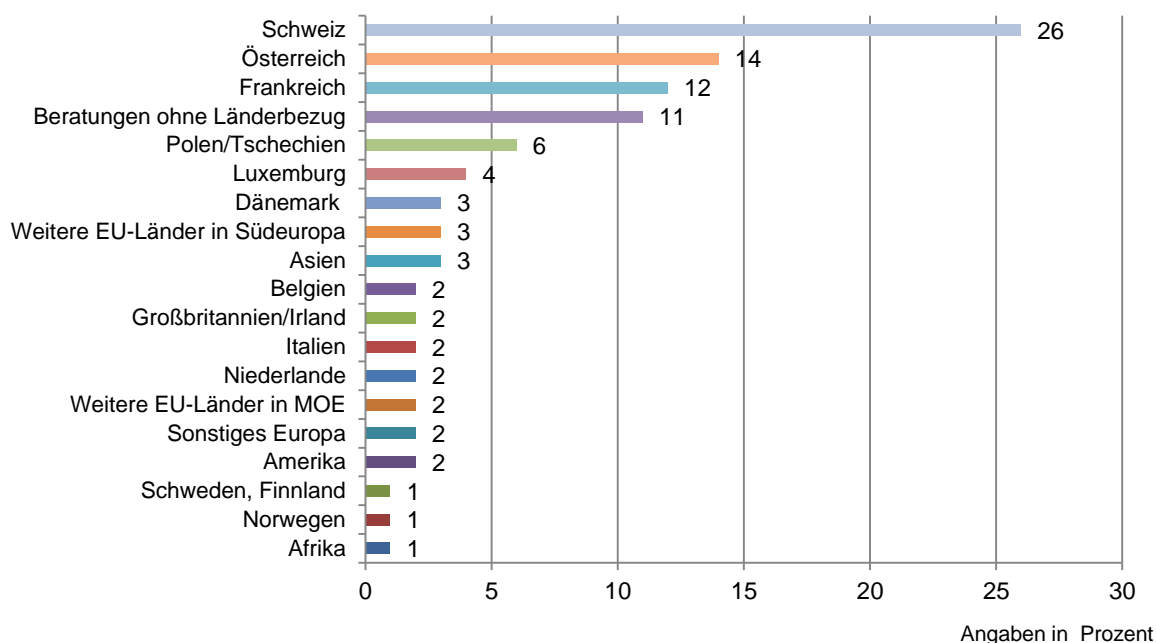


Abb. 4: Länderschwerpunkte der Außenwirtschaftsberatung im Jahr 2016

6. Branchenzugehörigkeit der beratenen Betriebe

Die meisten der beratenen Handwerksbetriebe exportierten Dienstleistungen. Die größte Gruppe stellten wieder die Betriebe des Ausbaugewerbes (56 %). Zusammen mit den Betrieben des Bauhauptgewerbes (20 %) machten sie im Jahr 2016 gut drei Viertel der beratenen Betriebe aus. Ihr Anteil lag 2 % unter dem Vorjahresniveau.

Knapp ein Viertel der Beratungen wurde für Zulieferbetriebe (8 %), Investitionsgüterhersteller (7 %), Lebensmittelhandwerke (2 %), Gesundheitshandwerke (1 %) sowie Betriebe anderer Handwerksbranchen (6 %) erbracht. Zu letzteren zählten unter anderem Goldschmiede, Glaser, Fotografen, Drucker und Musikinstrumentenbauer.

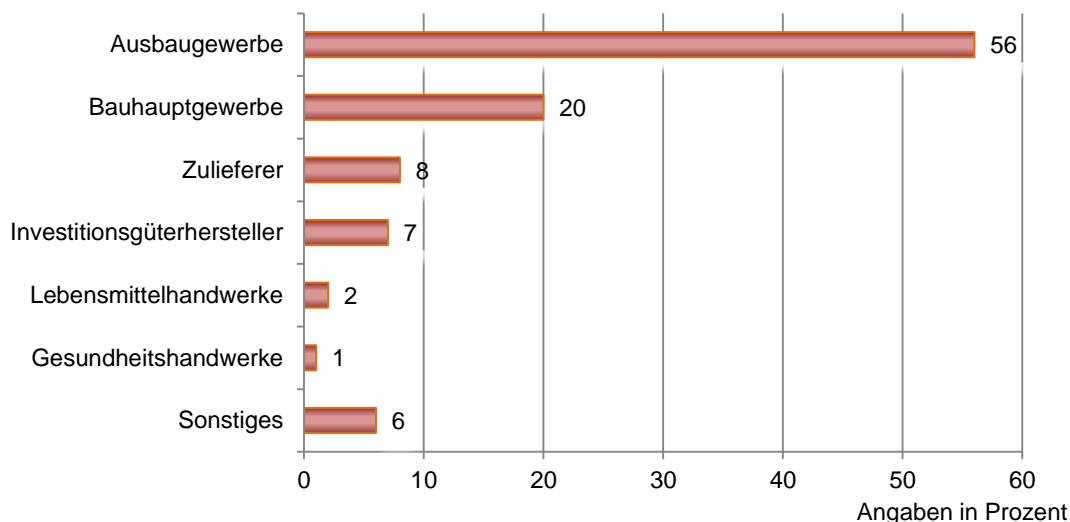


Abb. 5: Branchenzugehörigkeit der beratenen Betriebe im Jahr 2016

7. Außenwirtschaftliche Serviceleistungen der Handwerksorganisation

Außenwirtschaftliche Serviceleistungen wurden im Jahr 2016 von mehr Handwerksorganisationen zur Unterstützung ihrer Mitgliedsbetriebe genutzt als im Vorjahr. Zu den Instrumenten der Außenwirtschaftsförderung zählten dabei (neben der Beratung) vor allem Länderleitfäden, Informationsveranstaltungen und außenwirtschaftliche Newsletter.

Serviceleistung	Nutzung (Anteil der Handwerksorganisationen, die die Leistung anbieten; Wert für 2015 in Klammern)
Länderleitfäden	88 % (82 %)
Informationsveranstaltungen	82 % (76 %)
Newsletter	74 % (75 %)
Unternehmerreisen	68 % (58 %)
Messegemeinschaftsstände	68 % (48 %)
Sonstige	35 % (30 %)

Abb. 6: Nutzung außenwirtschaftlicher Serviceleistungen in den Handwerksorganisationen in 2016

Die befragten Organisationen messen den außenwirtschaftlichen Serviceleistungen 2016 einen durchgehend höheren Stellenwert als im Vorjahr bei. Insbesondere Länderleitfäden (1,2)¹⁾, Informationsveranstaltungen (1,5) und Unternehmerreisen (1,5) wurden als bedeutend und zudem auch höher als im Vorjahr eingestuft. Die Bedeutung von Messegemeinschaftsständen stieg auf 1,9 (2015: 2,1), die von Newslettern auf 1,8 (1,9). Zu den sonstigen Serviceleistungen zählten u. a. Firmenschulungen, Sprachkurse und Kooperationsbörsen, die von den Befragten organisiert wurden. Zudem boten einige Handwerksorganisationen ihren Mitgliedern Dienstleistungspakete an mit mehreren gebündelten Leistungen.

1) Die Bewertungen erfolgten auf einer Skala von 1 (= sehr große Bedeutung) bis 6 (= keine Bedeutung).

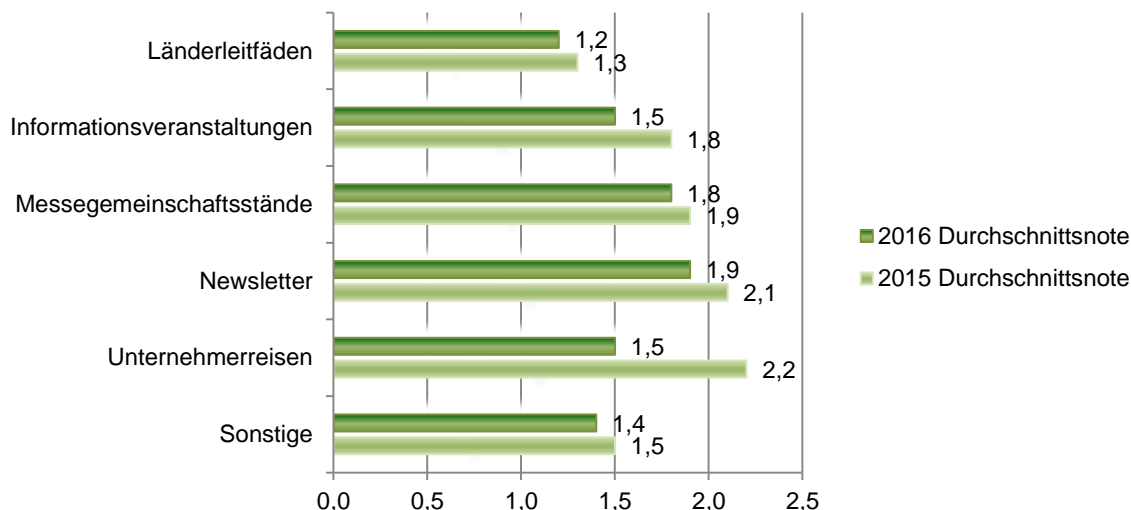


Abb. 7: Bedeutung außenwirtschaftlicher Serviceleistungen im Jahr 2016 im Vergleich zum Jahr 2015

In den einzelnen Organisationen wurden Unternehmerreisen (Tendenz: 2,0)¹⁾, Länderleitfäden (2,0) und Newsletter (2,0) 2016 im Schnitt genauso häufig genutzt wie im Vorjahr. Informationsveranstaltungen (1,9) und Messegemeinschaftsstände (1,6) verzeichneten dagegen einen leichten Rückgang. Sonstige Angebote (2,6) sind dagegen öfters als 2015 organisiert worden.

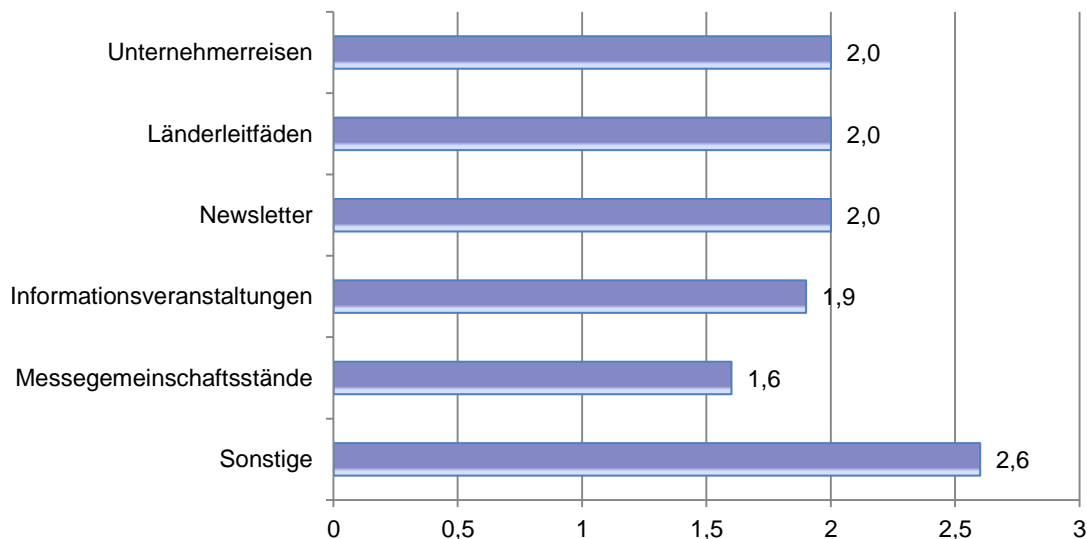


Abb. 8: Tendenzen beim Einsatz außenwirtschaftlicher Serviceleistungen im Jahr 2016

1) Werte über 2 zeigen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum eine zunehmende Nutzung, Werte unter 2 eine abnehmende Nutzung der Serviceleistungen an.



8. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen

Für die Außenwirtschaftsberater der Handwerksorganisation war die Zusammenarbeit mit Einrichtungen außerhalb des Handwerks auch im Jahr 2016 von großer Bedeutung. Die Kooperation mit den wichtigsten Partnern, den deutschen Auslandshandelskammern (AHK), wurde auf hohem Niveau fortgeführt. Rund 70 % der befragten Handwerksorganisationen nutzten die Angebote der Auslandshandelskammern für ihre Beratungsarbeit. Zweitwichtigster Partner waren nach wie vor die deutschen Industrie- und Handelskammern (IHK), mit denen 56 % der Befragten kooperierten. Dahinter rangierten die im Enterprise Europe Network (EEN) tätigen Einrichtungen (29 %), Kammern und Verbände im Ausland (24 %) sowie Germany Trade and Invest (GTAI) (18 %).

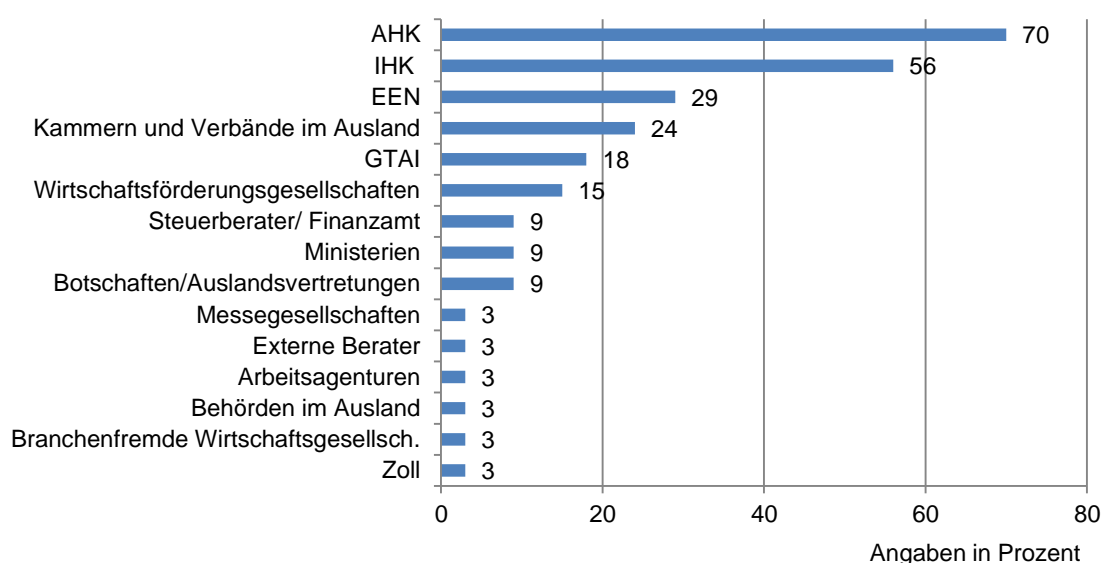


Abb. 9: Bevorzugte Partnerorganisationen in der Außenwirtschaftsberatung der Handwerksorganisation im Jahr 2016 (Mehrfachnennungen möglich)

9. Auswirkungen der Wirtschaftsentwicklung Anfang 2017 auf die Außenwirtschaftsberatung und Exportaktivitäten des Handwerks

Zum Jahreswechsel 2016/17 zeigte sich die Handwerkskonjunktur in einer weiter verbesserten, sehr soliden Verfassung. Die Auslastung der Betriebe betrug 81 % und lag damit deutlich über dem Vorjahresniveau (74 %). Die durchschnittliche Auftragsreichweite ist um 0,6 auf 7,4 Wochen gestiegen. 87 % der Inhaber blickten zuversichtlich ins Jahr 2017, in den Ausbauhandwerken, den Handwerken für den gewerblichen Bedarf und den Lebensmittelgewerken ist der Optimismus für den diesjährigen Geschäftsverlauf sogar noch ausgeprägter.

Das Exportinteresse der Handwerksbetriebe verharrte zum Jahresanfang 2017 auf dem Niveau von 2016. Die weiter anziehende Binnenkonjunktur und die hohe Auslastung wirkten sich nach wie vor hemmend auf die Außenwirtschaftsaktivitäten der Betriebe aus. International unerfahrene Handwerksunternehmen waren an einem Exporteinstieg kaum interessiert; bereits länger



grenzüberschreitend tätige Betriebe beschränkten ihr Exportgeschäft häufig auf besonders profitable Vorhaben in Nischenmärkten.

Diese Entwicklung bewirkt Rückgänge in der Außenwirtschaftsberatung, die jedoch teilweise durch Anfragen zum Einsatz ausländischer Mitarbeiter in deutschen Handwerksbetrieben, Beratungen zu den verstärkten Kontrollen in mehreren Nachbarstaaten sowie komplexere außenwirtschaftliche Beratungsthemen kompensiert wurden. Im ersten Quartal 2017 berichteten 23 % der Befragten (Anfang 2016: 16 %) von einem zunehmenden Beratungsaufwand, 45 % (28 %) sprachen von nachlassendem Beratungsbedarf, 32 % (56 %) sahen ein insgesamt gleichbleibendes Beratungsgeschäft.

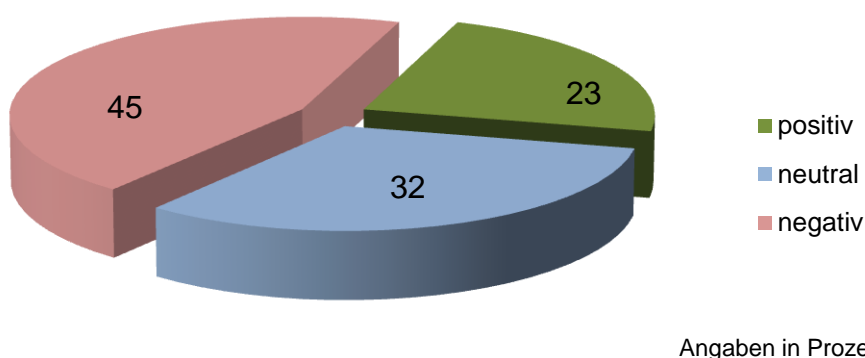


Abb. 10: Einschätzung zur Außenwirtschaftsberatung des Handwerks Anfang 2017

III. Zusammenfassung und Bewertung

Die außenwirtschaftlichen Beratungsangebote der Handwerksorganisation wurden von den Betrieben im Jahr 2016 seltener in Anspruch genommen als im Vorjahreszeitraum. Der erneute Beratungsrückgang von gut 7 % gegenüber 2015 spricht für ein weiter zurückhaltendes Interesse der Handwerksbetriebe am internationalen Geschäft. Das außenwirtschaftliche Engagement wurde vor allem durch die sehr gute Auslastung der Betriebe im Inland, den Fachkräftemangel, eine geringe Wachstumsdynamik einiger europäischer Märkte sowie zunehmende nicht-tarifäre Handelshemmnisse gebremst.

Vor diesem Hintergrund konzentrierten die Außenwirtschaftsberater ihre Beratungs- und Serviceangebote weiterhin auf aussichtsreiche Geschäftsfelder in Europa, die in erster Linie in den an Deutschland grenzenden Ländern lagen. Über zwei Drittel der außenwirtschaftlichen Beratungen der Handwerksorganisation (69 %) bezogen sich auf die neun deutschen Nachbarstaaten. Besonders attraktiv für deutsche Anbieter ist nach wie vor die Schweiz trotz zunehmend restriktiver und bürokratischer Regelungen, die einen hohen Informations- und Beratungsaufwand erfordern. Ein gutes Viertel der im Erhebungszeitraum erbrachten Außenwirt-



schaftsberatungen wurde für Handwerksbetriebe mit Interesse am Schweizer Markt durchgeführt.

Günstige Rahmenbedingungen mit kaufkräftigen, zum Teil deutschsprachigen Kunden bieten auch Frankreich, Luxemburg und Österreich, auf die zusammen 30 % der Beratungen entfielen. Die südeuropäischen EU-Länder hatten nach wie vor eine geringe Bedeutung für den Handwerksexport mit einem etwas höheren Beratungsanteil von insgesamt 5 % gegenüber 4 % im Vorjahr. Eine ähnliche Tendenz gab es bei den außereuropäischen Zielmärkten in Asien, Amerika und Afrika, zu denen 2016 insgesamt 7 % aller Beratungen erfolgten (2015: 6 %).

Noch stärker als in den Vorjahren nachgefragt wurden Beratungen zur Dienstleistungserbringung im Ausland. Gut zwei Fünftel der Beratungen bezogen sich auf diesen Themenbereich (2015: 36 %), der zusammen mit Steuerfragen weit über die Hälfte (55 %) des gesamten außenwirtschaftlichen Beratungsaufkommens ausmachte. Das unverändert geringe Exportinteresse international unerfahrener Betriebe spiegelt sich in der Inanspruchnahme von Beratungen zum Einstieg ins Auslandsgeschäft wider, deren Anteil auf dem Vorjahresniveau von 5 % stagnierte. Größere Bedeutung hatten hingegen Auskunftserteilungen zum Einsatz von Mitarbeitern und Subunternehmern aus dem Ausland in Deutschland, die 5 % aller Beratungen ausmachten gegenüber 3 % im Jahr 2015.

Die außenwirtschaftlichen Beratungsangebote der Handwerksorganisation wurden vor allem von Bau- und Ausbaubetrieben in Anspruch genommen, die bei der Leistungserbringung im Ausland einen besonders großen Informationsbedarf haben; auf sie entfielen gut drei Viertel aller Beratungen. Für die überwiegend im Warenexport tätigen handwerklichen Investitionsgüterhersteller und Zulieferbetriebe wurden 15 % der Beratungen erbracht. Die Gesundheits- und Lebensmittelhandwerke waren international wenig engagiert und nahmen zusammen nur 3 % der Außenwirtschaftsberatungen in Anspruch.

Wichtigstes und unentbehrliches Beratungsinstrument waren weiterhin die länderspezifischen Fachinformationen. An Bedeutung gewonnen haben Unternehmerreisen und Messegemeinschaftsstände, die von gut zwei Drittel der beratenen Organisationen zur gezielten Unterstützung von Betrieben bei der Erschließung von Auslandsmärkten genutzt wurden.

Da die Erteilung von Auskünften mit einer Dauer von 0,5 bis 3 Stunden gegenüber dem Vorjahr um 5 Prozentpunkte zugenommen hat, wurden 2016 weniger Beratungen je voller Stelle als 2015 durchgeführt. Dieser Anstieg längerer Beratungen ist auf zunehmend spezifische und individuelle Fragestellungen der Betriebe zurückzuführen, die aufwendigere Recherchen und Bearbeitungen erforderten.

Um den vielfältigen Anfragen entsprechen zu können und Synergien zu nutzen, vernetzen sich die Berater innerhalb und außerhalb der Handwerksorganisation. Wichtigste externe Partner waren 2016 weiterhin die deutschen Auslandshandelskammern, mit denen 70 % der Befragten zusammenarbeiteten. Über die Hälfte (56 %) unterhielten Beziehungen zu den Industrie- und Handelskammern, ein knappes Drittel zum Enterprise Europe Network (EEN). Weitere wichtige Partner waren darüber hinaus vor allem Kammern und Verbände im Ausland sowie Germany Trade and Invest (GTAI).



Anhang: Fragebogen

Entwicklung der Exportaktivitäten im Handwerk

ZDH-Umfrage bei den Außenwirtschafts- und Messeberatern der Handwerksorganisation für **2016**

Name:

Organisation:

Zahl der Mitgliedsbetriebe:

Diese Umfrage ist die **einzige regelmäßige Erhebung** der Exportaktivitäten des Handwerks auf Bundesebene. Nur durch eine **hohe Beteiligung** der Handwerksorganisationen können aussagekräftige und verwertbare Ergebnisse erzielt werden, aus denen **glaubhafte Aussagen** zu den außenwirtschaftlichen Aktivitäten der Unternehmen und Berater des Handwerks abgeleitet werden können.

Hinweise zur Bearbeitung

- Bitte nur einen Fragebogen je Handwerksorganisation ausfüllen. Falls mehrere Außenwirtschafts- und Messeberater/innen in einer Einrichtung arbeiten, bitte deren Antworten in einem Fragebogen zusammenfassen.
 - Bitte nur diejenigen Personen berücksichtigen, die beratend tätig sind.
-

1. Zahl der in der Außenwirtschaftsberatung tätigen Berater (am 31.12.2016):

- in Vollzeitäquivalenten/VZÄ:
- Besonderheiten im Berichtszeitraum:
(z.B. Elternzeit, Personalwechsel, Krankheit)

2. Gesamtzahl der außenwirtschaftlichen Beratungen (01.01. – 31.12.2016):

3. Außenwirtschaftliche Beratungen nach Themen (01.01. – 31.12.2016):

Beratungsthema	Zahl der Beratungen¹⁾	Beratungsthema	Zahl der Beratungen¹⁾
Einstieg in das Auslandsgeschäft		Steuerfragen im Auslandsgeschäft	
Information zum europäischen Binnenmarkt		Finanzierung / Förderung im Auslandsgeschäft	
Information zu sonstigen Staaten		Marketing / Vertrieb / Auslandsmessen	
Dienstleistungserbringung in und außerhalb Europas		Unternehmerreisen ins Ausland / Kooperationsbörsen	
Warenexport in und außerhalb Europas		Mitarbeiter/ Subunternehmer aus dem Ausland	
Vertragsgestaltung im Auslandsgeschäft		Sonstiges ²⁾ :	

1) Die Gesamtzahl der Beratungen (Frage 2) kann niedriger sein als die Summe der zu den einzelnen Themen durchgeführten Beratungen, wenn mehrere Themen in einzelnen Beratungen behandelt werden.

2) Bitte die sonstigen Beratungsthemen ebenfalls mit Zahl der jeweils durchgeführten Beratungen benennen.



4. Wie lange dauerten die außenwirtschaftlichen Beratungen in 2016?

Dauer	Anteil der Beratungen	Dauer	Anteil der Beratungen
bis ½ Stunde	%	über 3 Stunden	%
½ bis 3 Stunden	%	Summe	100 %

5. Beratungen nach Zielländern bzw. -regionen (01.01. – 31.12.2016):

(Die Summe sollte der Gesamtzahl der Beratungen in Frage 2 entsprechen.)

Land/ Region	Zahl der Beratungen	Land/ Region	Zahl der Beratungen
Schweiz		Großbritannien, Irland	
Österreich		Polen, Tschechien	
Belgien		Weitere EU-Länder in MOE	
Luxemburg		Weitere EU-Länder in Südeuropa	
Niederlande		Sonstiges Europa	
Frankreich		Amerika	
Italien		Asien	
Dänemark		Afrika	
Norwegen		Australien, Ozeanien	
Schweden, Finnland		Beratungen ohne Länderbezug	

6. Beratungen nach Branchen der beratenen Betriebe (01.01. – 31.12.2016):

(Die Summe sollte der Gesamtzahl der Beratungen in Frage 2 entsprechen.)

Branche	Zahl der Beratungen	Branche	Zahl der Beratungen
Investitionsgüterhersteller		Gesundheitshandwerke	
Zulieferer		Lebensmittelhandwerke	
Ausbaugewerbe		Sonstige ³⁾ :	
Bauhauptgewerbe			

³⁾ Bitte die sonstigen Branchen/Gewerke mit der Zahl der jeweils durchgeführten Beratungen angeben.



7. Welche weiteren Serviceleistungen (außer Beratungen) haben Sie den außenwirtschaftlich interessierten Betrieben im Jahr 2016 angeboten?

Serviceangebot		Bedeutung ⁴⁾ (Schulnoten 1-6)	Vergleich zu 2015		
			steigend	gleich	fallend
Informationsveranstaltungen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Länderleitfäden	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Messe- Gemeinschaftsstände	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmerreisen	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige ⁵⁾ :	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4) Bedeutung der Angebote für die Betriebe aus Beratersicht.

5) Bitte die sonstigen angebotenen Serviceleistungen benennen.

Hinweis zum Ausfüllen in Word: Die Kästchen in Frage 7 lassen sich durch Doppelklick ankreuzen. Im dann erscheinenden Menu unter **Standardwert** auf „Aktiviert“ klicken und mit „OK“ bestätigen.

8. Mit welchen Partnern außerhalb der Handwerksorganisation haben Sie im Jahr 2016 am häufigsten zusammengearbeitet?

- 1.
- 2.
- 3.

9. Welche Auswirkungen hat die aktuelle Wirtschaftsentwicklung zum Jahreswechsel 2016 / 2017 auf Ihre Beratungstätigkeit und die Exportaktivitäten Ihrer Mitgliedsbetriebe?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

*Bitte senden Sie den Fragenbogen bis zum 10.02.2017 an den ZDH,
Frau Ute Becker, Fax: 030/20619-59-344, E-Mail: u.becker@zdh.de*