

# ReparaturNetzWerk Wien neu

Endbericht 2003

ausgewählt im Rahmen der INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“,

unterstützt von der Wiener Umweltstadträtin, Dipl.-Ing. Isabella Kossina

*Im Auftrag der*



Dieses Projekt wurde im Rahmen der INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“ von der Stadt Wien finanziert/gefördert.

---

**Impressum:**

*Für den Inhalt verantwortlich:* "die umweltberatung" Wien, Kompetenz-Zentrum Abfallwirtschaft, Ada-Christen-Gasse 2B, Tel. 01/911 35 52, Fax: 01/911 35 52-22, [ronald.juza@umweltberatung.at](mailto:ronald.juza@umweltberatung.at), [www.umweltberatung.at](http://www.umweltberatung.at)

*vertreten durch:* Ronald Juza, "die umweltberatung"

*Projektleitung:* DI Sabine Seidl

*Weitere MitarbeiterInnen:*

Sepp Eisenriegler

Georg Pirkner

MitarbeiterInnen von "die umweltberatung" Service

*Externe MitarbeiterInnen:*

Fa. CONSENT, Wien, beauftragt mit KonsumentInnenbefragung

*Qualitätssicherung durch:* Ronald Juza

# **ReparaturNetzWerk Wien neu**

Endbericht 2003

**AutorInnen:**        **Sabine Seidl**  
                             **Georg Pirkner**

INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“,  
unterstützt von der Wiener Umweltstadträtin, Dipl.-Ing. Isabella Kossina

# Kurzfassung Teil A

Das ReparaturNetzWerk Wien (RNW) besteht seit 1999 als Qualitätsverbund gewerblicher Reparaturbetriebe. Zum Start des Projekts „ReparaturNetzWerk Wien neu“ im Rahmen der INITIATIVE "Abfallvermeidung in Wien" im Februar 2003 umfasste das Netzwerk 31 Mitglieder. Die Mitgliedsbetriebe erhalten für jeweils ein Jahr Reparaturlizenzen, sofern die vorgegebenen Kriterien eingehalten werden. Das RNW verfolgt die Ziele:

- Verlängerung der Produktnutzungsdauer
- Service- und Qualitätsgarantie für KundInnen
- Umsatzsteigerung für gewerbliche ReparateurInnen
- Absicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen

"die umweltberatung" organisiert für die Mitgliedsbetriebe Erfahrungsaustausch, Weiterbildung und die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit. Weiters betreut Sie auch die Hotline 01/803 32 32-22 bzw. [office@reparaturnetzwerk.at](mailto:office@reparaturnetzwerk.at) und die Website [www.reparaturnetzwerk.at](http://www.reparaturnetzwerk.at). Die Hotline des RNW vermittelt zwischen den an Reparaturdienstleistungen interessierten KundInnen und den Reparaturbetrieben, die Mitglied des Netzwerkes sind. Das Konzept des RNW trägt durch Verlängerung der Produktnutzungsdauer zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bei: Ressourcenschonung und Verringerung der Abfallmengen sind die Haupteffekte. Der größte Teil der Mitglieder sind Kleinbetriebe, die für die Bewältigung ihrer schwierigen wirtschaftlichen Situation wertvolle Impulse und Unterstützung erhalten. Das entspricht dem „Prinzip der Langlebigkeit“ und erzielt „regionalpolitische Beschäftigungseffekte“.

Ziel des Projektes „ReparaturNetzWerk Wien neu“ war eine verstärkte Nachfrage nach Reparaturdienstleistungen und damit ein größeres Abfallvermeidungspotenzial. Dieses Ziel sollte insbesondere durch die Verbesserung und Ausweitung des Services für KonsumentInnen und Mitgliedsbetriebe erreicht werden:

- Schaffung einer bequemen, günstigen Transportmöglichkeit für die KundInnen
- Erweiterung der Angebotspalette des Netzwerkes
- Vorarbeiten in Richtung Kennzeichnung von gut reparierbaren Geräten
- Gemeinsame Entsorgung der gefährlichen Abfälle der Mitgliedsbetriebe
- Umfrage unter KonsumentInnen bezüglich Einstellung zur Reparatur als Grundlage für weitere Vorgangsweise
- Öffentlichkeitsarbeit für die Neuerungen im RNW und Reparaturdienstleistungen allgemein, Bewusstseinsbildung für ökoefiziente Dienstleistungen

Die Zielgruppen des Projektes sind die Wiener Bevölkerung und Reparaturunternehmen mit Wirkungsbereich Wien. Durch die Aufnahme von Unternehmen als neue Mitgliedsbetriebe wurde das Dienstleistungsangebot für die KonsumentInnen erweitert.

# Kurzfassung Teil B

## Ergebnisse

Es wurde ein gemeinsames **Transportservice** aufgebaut, das zu reparierende Geräte von den KundInnen abholt, zum Reparaturbetrieb bringt und nach der Reparatur wieder an die KundInnen ausliefert. Im Jahr 2003 wurden durchschnittlich ca. 80 Fahrten pro Monat durchgeführt, steigende Tendenz im Jahr 2004.

Die **Zahl der Mitgliedsbetriebe** konnte bis Ende 2003 von 31 auf 37 gesteigert werden. Damit wurde die Erweiterung der Dienstleistungspalette und ein erweitertes Angebot in der stark gefragten Branche TV und HIFI erreicht.

Die von einem Markt- und Meinungsforschungsinstitut durchgeführte KonsumentInnenbefragung ergab, dass sich 2/3 der KonsumentInnen beim Kauf von Produkten an einer **Kennzeichnung für gute Reparierbarkeit** orientieren würden. Weiters gaben 2/3 der Befragten an, dass sie innerhalb des letzten Jahres Reparaturdienstleistungen in Anspruch nahmen, die prinzipielle Bereitschaft, etwas reparieren zu lassen, ist also hoch. Bequeme Möglichkeiten wie Reparatur vor Ort oder ein Transportservice wurden von der Hälfte der Befragten als Vorteile, die für eine Reparatur sprechen, angegeben. Das ReparaturNetzWerk ist 7% der Befragten bekannt.

Für die **Entsorgung der gefährlichen Abfälle** wurde ein gemeinsamer Entsorgungsring für die Mitgliedsbetriebe eingerichtet.

Durch das verbesserte Angebot und die begleitende **Öffentlichkeitsarbeit** wurde eine verstärkte Nachfrage nach den Dienstleistungen des ReparaturNetzWerks erreicht. Die Zahl der Anfragen stieg von ca. 1.700 Anfragen an der Hotline im Jahr 2002 auf ca. 3.500 im Jahr 2003. Die **Website**, die optisch verbessert und in den Funktionen kundInnenfreundlicher gestaltet wurde, ist gut besucht. Ca. 100.000 Hits und 60.000 Pageviews sowie 600 Downloads der Mitgliedsliste monatlich weist die Zugriffsstatistik auf.

## Schlussfolgerungen

Die KonsumentInnenbefragung zeigt, dass Zusatzleistungen wie das Transportservice oder die Reparatur vor Ort ein wichtiger Faktor sind, damit Reparaturdienstleistungen in Anspruch genommen werden und die Bewerbung dieser Angebote im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sinnvoll ist. Auch die Weiterarbeit an einer Kennzeichnung für die gute Reparierbarkeit von Produkten scheint aufgrund der Umfrageergebnisse wichtig zu sein, um die KonsumentInnen beim Einkauf zu unterstützen.

Um den Bekanntheitsgrad von 7% bei der Wiener Bevölkerung zu heben, ist weiterhin Öffentlichkeitsarbeit und vor allem Medienarbeit notwendig. Die Internet-Zugriffszahlen zeigen, dass die Website einen wichtiger Faktor in der Öffentlichkeitsarbeit und eine gute Ergänzung zur Hotline darstellt.

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                     |           |
|----------|-----------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>EINLEITUNG</b>                                   | <b>7</b>  |
| <b>2</b> | <b>VORGANGSWEISE</b>                                | <b>9</b>  |
| <b>3</b> | <b>BERICHT ÜBER DURCHGEFÜHRTE MAßNAHMEN</b>         | <b>10</b> |
| 3.1      | ABFALLENTSORGUNGSRING                               | 10        |
| 3.2      | EINRICHTUNG DES TRANSPORTSERVICE                    | 11        |
| 3.3      | ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND MARKETING                 | 13        |
| 3.4      | ERHÖHUNG DER ZAHL DER MITGLIEDSBETRIEBE             | 15        |
| 3.5      | KONSUMENTINNENBEFRAGUNG                             | 16        |
| 3.6      | WEBSITE WWW.REPARATURNETZWERK.AT                    | 18        |
| 3.7      | VORARBEITEN F. ENTWICKLUNG DES REPARATURGÜTESIEGELS | 18        |
| 3.8      | WORKSHOP REPARATURNETZWERK                          | 19        |
| <b>4</b> | <b>ERGEBNISSE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>            | <b>19</b> |
| 4.1      | ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE                      | 19        |
| 4.2      | REPARATURNETZWERK – ZIELERREICHUNG 2003             | 20        |
| 4.3      | SCHLUSSFOLGERUNGEN UND AUSBLICK                     | 20        |
| <b>5</b> | <b>ANHANG</b>                                       | <b>23</b> |
| 5.1      | FORMULAR TRANSPORTSERVICE                           | 23        |
| 5.2      | MITGLIEDSLISTE                                      | 23        |
| 5.3      | PRESSETEXT ZUR PRESSEKONFERENZ                      | 23        |
| 5.4      | FLUGBLATT TRANSPORTSERVICE                          | 23        |
| 5.5      | STAMMKUNDINNENAUSSENDUNG                            | 23        |
| 5.6      | WEITERENTWICKELTES LOGO                             | 23        |
| 5.7      | PRESSETEXT RATHAUSKORRESPONDENZ                     | 23        |
| 5.8      | NEUER FOLDER                                        | 23        |
| 5.9      | NEUE BROSCHÜRE                                      | 23        |
| 5.10     | PROTOKOLL REPARATEURINNENWORKSHOP                   | 23        |
| 5.11     | FRAGEBOGEN ZUR REPARATUR-UMFRAGE                    | 23        |
| 5.12     | ERGEBNISSE DER REPARATUR-UMFRAGE                    | 23        |
| 5.13     | PROTOKOLL WORKSHOP PROJEKTTEAM                      | 23        |

# 1 Einleitung

Das ReparaturNetzWerk Wien (RNW) ist dem „Prinzip der Langlebigkeit“ verpflichtet und erzielt „regionalpolitische Beschäftigungseffekte“. Die Mitglieder sind Klein- bzw. Kleinstbetriebe, zum Teil nur 1-Mann- oder 1-Frau-Betriebe. Diese Betriebe arbeiten sehr engagiert und verfügen über großes Reparatur-Know-How. Im ReparaturNetzWerk stellen Sie Ihre Erfahrungen zur Verfügung und erhalten gleichzeitig wertvolle Impulse und Unterstützung für die Bewältigung ihrer schwierigen wirtschaftlichen Situation.

Die Zielgruppen des RNW sind die Wiener Bevölkerung und Unternehmen mit Wirkungsbereich Wien. Das Projekt fördert mittels Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit eine Änderung des Konsumverhaltens in Richtung Nachhaltigkeit. Das RNW ist ein Netzwerk, das zur Abfallvermeidung beiträgt, indem es ökoeffiziente Dienstleistungen anbietet, bewirbt und mit einer Qualitätsgarantie versieht. Das Netzwerk erleichtert den Zugang zu den ökologisch und abfallwirtschaftlich erwünschten Reparaturdienstleistungen als Substitution potenzieller Neukäufe. Das Netzwerk trägt durch Verlängerung der Produktnutzungsdauer zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bei: Ressourcenschonung und Verringerung der Abfallmengen sind die Haupteffekte der Netzwerkstätigkeit.

Das Projekt hat das Ziel, den KonsumentInnen die Entscheidung für die Reparatur zu erleichtern, die zumeist in Konkurrenz zum Kauf eines neuen Gerätes steht. Zu diesem Zweck wurde zum Beispiel ein Transportservice aufgebaut, das zu reparierende Geräte von den KundInnen abholt, zum Reparaturbetrieb bringt und nach der Reparatur wieder an die KundInnen liefert. Mit dem Transportservice wird der Zugang zu Reparaturdienstleistungen bequemer gestaltet.

Daraus resultiert eine Absicherung und Ausweitung des Angebots an Reparaturdienstleistungen als Folge der Umsatzsteigerungen für die Mitgliedsbetriebe. Ein besseres Angebot erleichtert wiederum den Zugang zu den ökologisch und abfallwirtschaftlich erwünschten Reparaturdienstleistungen als Substitution potenzieller Neukäufe.

Das ReparaturNetzWerk Wien (RNW) fördert die Verlängerung der Produktnutzungsdauer, indem es das Angebot an Reparaturdienstleistungen bekannt macht und an Reparaturdienstleistungen interessierte KonsumentInnen an die entsprechenden Reparaturbetriebe verweist. Die Mitgliedsbetriebe erzielen durch die Arbeit des RNW Umsatzsteigerungen und Know-How Zuwächse. Damit wird ein Beitrag zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise in Wien geleistet.

Das ReparaturNetzWerk vermittelt zwischen den an Reparaturdienstleistungen interessierten KundInnen und den Reparaturbetrieben, die Mitglieder des Netzwerkes sind. Für die Mitgliedsbetriebe organisiert "die umweltberatung" Weiterbildung, Abfallberatung,

Erfahrungsaustausch und vor allem die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit. Das weiterentwickelte Logo (siehe auch 3.3.2.9) unterstützt den professionellen Marktauftritt der Netzwerksmitglieder.

Ziel des Projektes für 2003 war die Verbesserung und Ausweitung des Services, welches das ReparaturNetzWerk Wien seinen Mitgliedsbetrieben und den KonsumentInnen anbietet. Das Maßnahmenpaket zur Erreichung dieses Zieles für 2003 umfasste folgende Aktivitäten:

- Öffentlichkeitsarbeit für Reparaturdienstleistungen
- Bewusstseinsbildung für ökoeffiziente Dienstleistungen
- Aufbau eines Transportservices, das zu reparierende Geräte von den KundInnen abholt, zum Reparaturbetrieb bringt und nach der Reparatur wieder an die KundInnen ausliefert
- Aufbau eines Entsorgungsrings, der den Mitgliedsbetrieben eine kostengünstige Entsorgung der gefährlichen Abfälle anbietet
- Vorarbeiten zur Entwicklung eines Reparaturgütesiegels
- Erweiterung der Angebotspalette des ReparaturNetzwerks

## 2 Vorgangsweise

Die durchgeführten Maßnahmen wurden in verschiedenen Gremien bzw. Arbeitsgruppen des ReparaturNetzWerks geplant und weiterentwickelt.

Die Einrichtung des Transportservice erfolgte in enger Kooperation mit der Servicestelle von "die umweltberatung" und der Transportfirma D.R.Z. Auch nach dem Start des Transportservice gab es viel telefonischen Kontakt und auch mehrere Treffen, um die Abwicklung des Transportservice anhand der Erfahrungen zu optimieren.

In Abständen von ungefähr zwei Monaten fanden Treffen mit den Mitgliedern des ReparaturNetzWerks statt. Die Mitglieder wurden über Neuigkeiten informiert und konnten auch Anregungen einbringen. Im Rahmen eines extern moderierten Workshops erarbeiteten die ReparateurInnen in Gruppen, womit sie als Mitgliedsbetriebe des ReparaturNetzWerks die KundInnen begeistern und wie sie das auch vermitteln können.

Der Beirat des ReparaturNetzWerks tagte 4 mal. Aus dem Beirat kamen unter anderem Anregungen zur Gestaltung des Informationsmaterials und zu Maßnahmen betreffend Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Der Beirat entschied über die Aufnahme der neuen Mitglieder.

Im Projektteam wurde zusätzlich zu strategischen Überlegungen das Operative besprochen und es wurden die Vorschläge für die Vorgangsweise beim Transportservice und dem Abfallentsorgungsring sowie Entwürfe für Informationsmedien wie Folder, Broschüren und Website erarbeitet und nach Rücksprache mit dem Beirat und den ReparateurInnen fertig gestellt.

## **3 Bericht über durchgeführte Maßnahmen**

### **3.1 Abfallentsorgungsring**

#### **3.1.1 Ziel**

Ein Abfallentsorgungsring führt die gefährlichen Abfälle, die in den Mitgliedsbetrieben anfallen, einer fachgerechten Entsorgung zu.

#### **3.1.2 Organisatorische Maßnahmen**

Um am Abfallentsorgungsring teilnehmen zu können, brauchen die Betriebe eine „Abfallidentifikationsnummer“, die über die MA 22 – nach Meldung laut § 20 AWG – zugewiesen wird. Das dafür notwendige Formular wurde allen Betrieben zugeschickt. Die Abfälle der Wiener Mitgliedsbetriebe werden zur Fernwärme Wien (vormals EBS) gebracht. Sepp Eisenriegler konnte in Gesprächen mit der Fernwärme Wien erreichen, dass die gefährlichen Abfälle der Mitgliedsbetriebe kostenlos übernommen werden. Somit fallen den Betrieben keine Kosten für die fachgerechte Entsorgung ihrer gefährlichen Abfälle an.

Für den Entsorgungsring angemeldete Betriebe:

- Fa. Beck, Kameraservice, 1080 Wien
- Fa. Brunner, Fahrräder, 1160 Wien
- Expert Schweiger, TV, HiFi-Audio, Video, 1150 Wien
- HT Direct Services, Thermen, 1080 Wien
- Neustart, Fahrradwerkstatt, 1060 Wien
- Fa. Pawelka, Tischlerei, 1020 Wien
- Fa. Pospischil, E-Motoren, Pumpen, E-Handwerkzeug, 1140 Wien
- Fa. Präver, Kopierer, Fax, Drucker, 1140 Wien
- Fa. Remaill Technik, Badewannen Beschichtungen, 1100 Wien
- Serviceprofi, Weissware, Einbaugeräte, 1180 Wien
- Sinnl & Hanten, Audio, Musikinstrumente, 1070 Wien
- TV-Video-Profi, TV, HiFi, Video, 1220 Wien
- Top-TV, Unterhaltungselektronik, 1150 Wien
- Traunfellner, Näh- und Bügelmaschinen, Bohrmaschinen, 1070 Wien
- Zerownitzky, Uhren, Juwelen, 1170 Wien

Die übrigen Betriebe sind in Niederösterreich angesiedelt, bzw. fallen bei manchen Wiener Mitgliedsbetrieben keine gefährlichen Abfälle an.

#### **3.1.3 Durchführende Firma**

Fa. Barcal GesmbH Entsorgungsunternehmen

### **3.1.4 Ergebnis**

Mit der Fa. Barcal wurde ein erfahrenes Unternehmen in diesem Bereich gefunden. Die erste Abholungsrunde fand Ende November dieses Jahres statt. Bis dahin sollte die Menge der angefallenen gefährlichen Abfälle bei den meisten Betrieben groß genug sein. Es stellt sich jedoch heraus, dass in den meisten Betrieben nur ganz wenig angefallen ist. Letztendlich nahmen 3 Betriebe teil, die mit dem neuen Service hochzufrieden waren. Auch Aufgrund dieser positiven Erfahrungen sollen im kommenden Jahr mehr Betriebe zur Teilnahme am Entsorgungsring motiviert werden.

Folgende Mengen wurden für die 3 teilnehmenden Betriebe entsorgt:

- 210 kg Elektroschrott
- 80 kg Werkstätten- und Industrieabfälle
- 230 kg Bleiakkumulatoren
- 10 kg Leuchtstoffröhren
- 20 kg Haushaltsbatterien

## **3.2 Einrichtung des Transportservice**

### **3.2.1 Ziel**

Das Transportservice des ReparaturNetzWerk Wien erleichtert den KonsumentInnen die Entscheidung für eine Reparatur. Hemmschwellen wie das Tragen und der Transport schwerer Gegenstände sowie die Öffnungszeiten der Reparaturbetriebe werden durch das Angebot einer günstigen Transportmöglichkeit abgebaut.

### **3.2.2 Organisatorische Maßnahmen**

Nach dem Vergleich der von Transportunternehmen eingeholten Angebote fiel die Entscheidung auf das Demontage- und Recyclingzentrum D.R.Z. Die Anforderungen an das Transportunternehmen umfassten neben dem An- und Abtransport auch die Protokollierung der Funktionsstörung und einfache Montage- bzw. Demontgearbeiten.

Gemeinsam mit der Abteilung Transport-Logistik des D.R.Z., den VertreterInnen der Reparaturbetriebe und der Servicestelle von "die umweltberatung", wo die KundInnenanrufe entgegengenommen werden, wurde die für KundInnen und Betriebe beste Vorgangsweise für Information, Transport und Abrechnungsmodalitäten erarbeitet. Ein den Transport begleitendes Formular wurde entworfen. Dieses Formular ist wichtig, damit die Wege des zu reparierenden Gegenstandes von allen Beteiligten gut nachverfolgt werden können. (Formular siehe Anhang 5.1)

Im Anhang befindet sich auch die aktuelle Mitgliedsliste, in der jene Betriebe gekennzeichnet sind, die sich dem Transportservice angeschlossen haben. Die anderen, nicht am Transportservice teilnehmenden Betriebe liegen entweder in Niederösterreich oder reparieren direkt vor Ort bzw. müssen selbst ausliefern, da vor Ort noch komplizierte Einstellungen vorzunehmen sind. (Mitgliedsliste siehe Anhang 5.2)

Die Telefonanlage der Servicestelle von "die umweltberatung" wurde so programmiert, dass das direkte Durchstellen von KundInnenanrufen zum D.R.Z möglich ist. Diese Maßnahme erleichtert vor allem den KundInnen die Inanspruchnahme des Transportservice.

In Treffen bzw. Telefongesprächen mit dem Serviceteam von "die umweltberatung" und dem D.R.Z wurden Organisation und Durchführung des Transportservice geplant und laufend optimiert.

### **3.2.3 Preise für die Transportfahrten**

Folgende Preise sind für die KundInnen pro Fahrt zu bezahlen:

€ 5,- für Kleingeräte, € 10,- für mittlere Geräte wie z.B. Fernseher und € 15,- für Großgeräte, die von 2 Personen getragen werden müssen.

Die tatsächlichen Kosten betragen für Kleingeräte € 14,-, für mittlere und Großgeräte € 14,- bzw. € 22,-, wenn 2 Transporteure notwendig sind. Die Differenz wird über die Förderung im Rahmen der INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“ bezahlt.

### **3.2.4 Öffentlichkeitsarbeit für das Transportservice**

siehe Punkt 3.3

### **3.2.5 Weitere Maßnahmen zur Bewerbung**

Bei der Überarbeitung der Broschüre „Treffpunkt Reparatur“ und des Vorstellungsfolders wurde das Transportservice hervorgehoben. Auch in der zu Projektstart vorhandenen Homepage und in der im Projektzeitraum entwickelten Homepage wird das Transportservice vorgestellt. Im Presstext für die Rathauskorrespondenz im Oktober wurde ebenfalls auf die bequeme Transportmöglichkeit aufmerksam gemacht. (Presstext siehe Anhang 5.7)

### **3.2.6 Ergebnis**

Aus der Statistik, die im D.R.Z über die zurückgelegten Fahrten geführt wird, geht hervor, dass seit der Einrichtung Anfang Juni monatlich durchschnittlich 80 Fahrten für das ReparaturNetzWerk durchgeführt wurden. Transportiert wurden mittelgroße und große Geräte, für Kleingeräte wurde das Service nicht in Anspruch genommen. Letzteres entspricht den Ergebnissen der Befragung, die durch die Firma Consent im August mit 1067 Personen im öffentlichen Raum in Wien durchgeführt wurde. (siehe Punkt 3.5 KonsumentInnenbefragung) Hier zeigt sich, dass die Befragten große Haushaltsgeräte und TV-Geräte eher zur Reparatur bringen als kleine Geräte, und dass sie das Transportservice in Anspruch nehmen, um sich das Tragen zu ersparen. Ca. die Hälfte der Befragten gab an,

dass Transportservice und Reparatur vor Ort ein wichtiger Entscheidungsfaktor für eine Reparatur sind.

| <b>Monat</b>  | <b>kleine Geräte</b> | <b>mittlere Geräte</b> | <b>große Geräte</b> | <b>gesamt</b> |
|---------------|----------------------|------------------------|---------------------|---------------|
| Juni          | -                    | 7                      | 25                  | 32            |
| Juli          | -                    | 23                     | 68                  | 91            |
| August        | -                    | 23                     | 64                  | 87            |
| September     | -                    | 19                     | 57                  | 76            |
| Oktober       | -                    | 20                     | 72                  | 92            |
| November      | -                    | 17                     | 43                  | 60            |
| Dezember      | -                    | 10                     | 28                  | 38            |
| <b>gesamt</b> | -                    | <b>119</b>             | <b>357</b>          | <b>476</b>    |

Wie aus der Tabelle hervorgeht, wurden bei ca. 75% der Fahrten große Geräte transportiert, für die 2 Männer zum Tragen erforderlich sind (überwiegend Waschmaschinen, Geschirrspüler und Trockner, in seltenen Fällen große TV-Geräte). Bei ca. 25% der Fahrten wurden mittelgroße Geräte transportiert (überwiegend TV-Geräte).

Im Startmonat Juni war die Nachfrage noch gering, von Juli bis Oktober wurden monatlich im Schnitt 85 Fahrten durchgeführt, im November und Dezember war die Nachfrage wieder schwächer, im Dezember wurden aufgrund der Weihnachtsfeiertage nur bis 19. Dezember Fahrten durchgeführt.

## 3.3 Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

### 3.3.1 Ziele

Durch die laufende Öffentlichkeitsarbeit werden das ReparaturNetzWerk und seine Leistungen bekannter. Eine Befragung von KonsumentInnen zeigt auf, wo Marketing und Öffentlichkeitsarbeit in nächster Zeit ansetzen können (siehe Punkt 3.5 KonsumentInnenbefragung).

### 3.3.2 Maßnahmen

#### 3.3.2.1 Pressekonferenz

Als passender Startpunkt für das Transportservice wurde der Welt-Umwelttag am 5. Juni gewählt. Im Rahmen einer Pressekonferenz wurde an diesem Tag das neue Transportservice vorgestellt. Es wurde im „Kurier“, in der „Wiener Zeitung“, in „Ihr Einkauf“ und in „wien.at“ darüber berichtet. (Presstext im Anhang 5.3)

#### 3.3.2.2 Flugblatt

Der Mitgliedsliste, die an die AnruferInnen verschickt und bei den Mitgliedsbetrieben aufgelegt wird, wurde ein Flugblatt beigeheftet, das deutlich auf das Transportservice hinweist. (Flugblattvorlage im Anhang 5.4) Die Liste mitsamt dem Flugblatt wurde insgesamt 9.000 mal verteilt.

#### **3.3.2.3 Aussendung an VIPs und StammkundInnen**

In einer Aussendung zum Welt-Umwelttag an ca. 1.000 Adressen wurden VIPs und StammkundInnen von "die umweltberatung" auf das ReparaturNetzWerk und das neue Transportservice aufmerksam gemacht. (StammkundInnenaussendung siehe Anhang 5.5)

#### **3.3.2.4 Werbung durch die Mitglieder**

Bei einem Treffen mit den Mitgliedsbetrieben wurde mit den Betrieben besprochen, dass es die beste Werbung für das Transportservice ist, wenn sie selbst ihre KundInnen im Gespräch darauf aufmerksam machen.

#### **3.3.2.5 Infostand Welt-Umwelttag**

Bei einem Infostand in der Lugner City am 5. Juni wurden Infos über das ReparaturNetzWerk verteilt, und der Mitgliedsbetrieb Expert Schweiger informierte die PassantInnen persönlich über seine Tätigkeit und das Netzwerk.

#### **3.3.2.6 Aufkleber**

10.000 Aufkleber mit Telefonnummer und Internetadresse des ReparaturNetzWerks wurden mit Fördermitteln der Oesterreichischen Nationalbank entworfen und in 2 verschiedenen Größen gedruckt. Sie liegen bei den Betrieben zum Mitnehmen auf und werden auch bei Veranstaltungen verteilt. Es wurden auch große Aufkleber für die Auslagen der Mitgliedsbetriebe produziert, um deutlich ersichtlich auf die Mitgliedschaft im ReparaturNetzWerk hinzuweisen. Für die Aufkleber wurde das weiterentwickelte Logo verwendet (siehe 3.3.2.9).

#### **3.3.2.7 Arbeitskleidung Transportservice**

Um das Vertrauen der KundInnen in die Transporteure zu heben und den Wiedererkennungseffekt der Wortbildmarke ReparaturNetzWerk zu unterstützen, wurde einheitliche Arbeitskleidung mit Logobestickung für das Transportservice beschafft.

#### **3.3.2.8 Infostand Mistfest**

Beim Mistfest der MA48 am 13./14. September war das ReparaturNetzWerk mit einem Stand vertreten. MitarbeiterInnen von "die umweltberatung" und ReparateurInnen gaben Informationen und Unterlagen weiter bzw. demonstrierten im Rahmen einer Schauseparatur ihr Können.

#### **3.3.2.9 Weiterentwicklung Logo**

Das Logo wurde im Zuge der Entwürfe für die Aufkleber farblich umgestaltet. Die Farben sind nun kräftiger und wecken daher mehr Aufmerksamkeit. (siehe Anhang 5.6)

#### **3.3.2.10 Presstext für Rathauskorrespondenz**

Ende Oktober 2003 wurde ein Presstext für die Rathauskorrespondenz entworfen. (Presstext RK siehe Anhang 5.7)

#### **3.3.2.11 Neuauflage des Folders**

Der Folder des ReparaturNetzWerks wurde graphisch und inhaltlich überarbeitet und in einer Auflage von 10.000 Stück gedruckt. Der neue Folder erweckt durch das neu gestaltete, buntere Logo mehr Aufmerksamkeit und beinhaltet mehr Informationen über Angebot, Ziele und Vorteile des ReparaturNetzWerks. Er wird – wie auch schon sein Vorläufer - in den Betrieben, in der Servicestelle, bei Infoständen und Veranstaltungen verteilt und an interessierte AnruferInnen verschickt. (Folder siehe Anhang 5.8)

#### **3.3.2.12 Neuauflage der Broschüre „Treffpunkt Reparatur“**

Ausgehend von der bereits vorhandenen Broschüre des ReparaturNetzWerks wurde die Broschüre inhaltlich überarbeitet, um die neuen Mitgliedsbetriebe ergänzt und im A5-Format mit neuer graphischer Gestaltung in einer Auflage von 4.000 Stück herausgegeben. Die Broschüre wird wie der Folder in den Betrieben, an der Servicehotline, bei Infoständen und Veranstaltungen verteilt und an interessierte AnruferInnen verschickt. (Broschüre siehe Anhang 5.9)

#### **3.3.2.13 Werbung in Hauseingängen**

Auf Umweltschutzplakaten, die in den Wohnhausanlagen der Gemeinde Wien aufgehängt werden, wurde auf das ReparaturNetzWerk aufmerksam gemacht.

#### **3.3.2.14 Workshop für ReparateurInnen**

Beim Workshop am 19. November 2003 wurde, ausgehend von einem Impulsreferat über Marketing und Kommunikation, intensiv diskutiert und in Kleingruppen gearbeitet. Im Mittelpunkt standen das gemeinsame Netzwerk und das Logo sowie die Kommunikation mit den KundInnen des Netzwerks. Die ReparateurInnen waren sehr aktive TeilnehmerInnen, die Rückmeldungen betreffend die Veranstaltung und den Trainer Heinz Peter Wallner („Nachhaltig beraten“) waren sehr positiv. (Protokoll im Anhang 5.10)

### **3.4 Erhöhung der Zahl der Mitgliedsbetriebe**

Im Dezember 2003 umfasst das ReparaturNetzWerk 37 Mitgliedsbetriebe, es konnte also durch die Öffentlichkeitsarbeit eine Steigerung um 20 % bezogen auf das Vorjahr erreicht werden. Dadurch wurde auch die Angebotspalette der Mitgliedsbetriebe erweitert – u. a. um einen Klavierbauer, ein Telekommunikations-Fachgeschäft und einen Fachbetrieb für Holzbearbeitungsmaschinen, was die Attraktivität des ReparaturNetzWerks Wien erhöht. Die neuen Betriebe wurde über Medienberichte auf das ReparaturNetzWerk aufmerksam bzw. persönlich angeworben.

Folgende Betriebe sind im Jahr 2003 dem ReparaturNetzWerk beigetreten:

- Fa. Comtronic, Reparatur von Telefonen, Telefonanlagen, Handys, Fax, Funkgeräten etc., 1010 Wien
- Fa. Kalkbrenner, Tischlerei, Möbel, Fenster, Holzoberflächenrestaurierung, 1060 Wien
- Fa. Balas, Klavierbau, Pianos, Flügel, hist. Musikinstrumente, 1140 Wien

- Fa. Top-TV Reparatur Service, Unterhaltungselektronik, Autoradio, Telefon, Fax, Funk, 1150 Wien
  - Fa. TV-Video-Profi Meyrath Elisabeth GmbH, Reparatur von TV, HiFi-Audio, Video, Staubsauger, div. Haushaltsgeräte, 1220 Wien
  - Fa. Tiefenbacher GmbH, Entlackung von Holz- und Metallteilen, Entrosten, 4482 Ennsdorf. Trotz der Entfernung dieses Betriebes wurde ein Beitritt befürwortet, da die Firma eine spezielle Dienstleistung anbietet, die laut eigenen Angaben auch von vielen Wiener KundInnen in Anspruch genommen wird. In Oberösterreich ist auch ein ReparaturNetzWerk im Aufbau und mit der Firma wurde vereinbart, dass ein Übertritt in dieses Netzwerk bei Projektbeginn möglich ist. Die Firma Tiefenbacher wird im Jahr 2004 das Wiener Netzwerk verlassen und Kontakte zum entstehenden Netzwerk in Oberösterreich knüpfen.
  - Josef Spindlbauer KG, Reparatur von Holzbearbeitungsmaschinen, 1070 Wien
- (aktuelle Liste der Mitgliedsbetriebe im Anhang 5.2)

## 3.5 KonsumentInnenbefragung

Die Firma Consent führte im August 2003 mit 1067 Menschen im Alter von 18 bis 65 Jahren anhand eines semistrukturierten Fragebogens Einzelinterviews in Wien durch. Titel der Studie: „Bekanntheit des ReparaturNetzWerkes Wien vor dem Hintergrund des KonsumentInnenverhaltens in Bezug auf Reparaturen“.

### 3.5.1 Ziel der Befragung

Die Studie soll Auskunft über die allgemeine Einstellung zu Reparaturdienstleistungen sowie zur Bekanntheit des ReparaturNetzWerkes Wien geben. Weiters gibt sie Aufschluss über die tatsächliche und potenzielle Nutzung von Dienstleistungen dieses Netzwerkes.

### 3.5.2 Ergebnisse

Die Studie zeigt, dass ungefähr zwei Drittel der Befragten in den letzten 12 Monaten Reparaturen durchführen ließ, die meisten davon in einem Kostenbereich bis zu 200 Euro. Die Bereitschaft zur Reparatur ist also prinzipiell als hoch einzustufen.

Neben den durch das Netzwerk nicht beeinflussbaren Faktoren wie Preis und Bindung an das Gerät ist die Convenience ausschlaggebend für die Entscheidung zu einer Reparatur. Die bequeme Möglichkeit einer Reparatur vor Ort und eines Liefer- und Abholservice wird von ca. 50 % der Befragten als Argument für eine Reparatur angegeben. Weiters zeigen die Befragten auch eine ausgeprägte Neigung dazu, auf einen Individualtransport zu verzichten und ein Transportservice in Anspruch zu nehmen.

Insbesondere bei Groß- bis Mittelgeräten besteht Transportbedarf. Zum einen möchten viele RespondentInnen diese Gegenstände nicht selbst tragen, zum anderen verfügen einige nicht über ein eigenes Fahrzeug. Letzteres gilt insbesondere für weibliche Befragte. Viele geben

auch an, dass sie sich das „Herumfahren“ ersparen möchten. Zusätzlich wird das Liefer- und Abholservice von vielen Befragten als bekannter Vorteil des ReparaturNetzWerks genannt.

Entscheidend für die tatsächliche Inanspruchnahme wird jedoch der damit verbundene Preis dieser Leistung sein. Es zeigt sich, dass diese zu Marktpreisen weit geringere Akzeptanz findet, als zu den derzeit im Rahmen der INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“ gestützten Preisen.

Was das ReparaturNetzWerk Wien selbst betrifft, so ist dieses bisher nur einer kleinen Personengruppe von ca. 7% der Befragten bekannt. Jene, die aber bereits mit dem RNW Kontakt hatten, beurteilen die Leistungen des Netzwerks und seiner Mitglieder positiv.

Weiters zeigt die Studie, dass sich ungefähr zwei Drittel der KonsumentInnen beim Neukauf an einem Hinweis-Symbol orientieren würden, das die Geräte als reparaturfreundlich kennzeichnet.

### **3.5.3 Schlussfolgerungen aufgrund der Umfrageergebnisse**

Die hohe Akzeptanz des Abhol- und Lieferservices kann dazu beitragen, die Bekanntheit zu heben und mehr Aufträge für die Netzwerkmitglieder zu lukrieren. Gleichzeitig erscheint es zielführend, das Netzwerk stärker auszubauen. Auf diesem Wege könnten noch mehr Reparaturen angeboten werden. Dies würde nicht nur die Kontaktchancen zum Netzwerk deutlich verbessern, auch wäre das Transportservice dadurch noch besser ausgelastet.

Eine Kennzeichnung reparaturfreundlicher Geräte wäre eine von den KonsumentInnen gerne angenommene Unterstützung beim Neukauf. Allerdings wird die Entwicklung eines eigenen Siegels zur Kennzeichnung der Reparaturfreundlichkeit auf Grund der Rahmenbedingungen (viele verschiedene Akteure aus verschiedenen Institutionen und der Wirtschaft auf nationaler und internationaler Ebene, Klärung der rechtlichen Rahmenbedingungen u. a.) voraussichtlich noch mehrere Jahre in Anspruch nehmen. In der Zwischenzeit wäre es zielführend, aufbauend auf der Kompetenz der RNW-Mitglieder KonsumentInneninfos zu gestalten, die aufzeigen wie man erkennen kann, ob ein Gerät reparaturfreundlich ist oder nicht. Solche Informationsblätter wären nicht nur eine Unterstützung für die KonsumentInnen, sondern würden auch dazu beitragen, die Kompetenz des ReparaturNetzWerks und seiner Mitglieder nach außen zu stärken.

### **3.5.4 Auswertungstabellen**

Der Tabellenband, der 120 Seiten umfasst und sämtliche Auswertungen enthält, liegt bei DI Sabine Seidl, "die umweltberatung" Kompetenz-Zentrum Abfallwirtschaft, zur Einsichtnahme auf. (Fragebogen siehe Anhang 5.11, Ergebnisse siehe Anhang 5.12)

### **3.6 Website [www.reparaturnetzwerk.at](http://www.reparaturnetzwerk.at)**

Zuerst wurde in der bereits bestehenden Website [www.reparaturnetzwerk.at](http://www.reparaturnetzwerk.at) das neue Transportservice hervorgehoben. In der Mitgliedsliste wurden jene Betriebe, die sich dem Service angeschlossen haben, deutlich mit einem Lastwagensymbol gekennzeichnet. Dann wurde die benutzerInnenfreundliche Umgestaltung der Website durchgeführt. Die Seite ist nun optisch ansprechender, die Menüführung sehr übersichtlich, und NetzwerkskundInnen können mit einem ganz einfachen Formular ihre Zufriedenheit oder auch Unzufriedenheit mit einer Reparatur der Servicehotline mitteilen. Die neue Suchfunktion ermöglicht, dass die KundInnen sehr rasch herausfinden, welcher Mitgliedsbetrieb ihr Problem beheben kann. Die Website wird über ein Customer-Management-System von UmweltberaterInnen laufend verändert und mit Texten sowie Bildern befüllt.

Die Zugriffszahlen zeigen deutlich, dass die Website eine wichtige Ergänzung zur Hotline ist. Die Website wurde Ende 2003 fertiggestellt, im Februar 2004 wurden 158.301 Hits und 98.289 Pageviews verzeichnet, im April 2004 103.279 Hits und 64.617 Pageviews. Allein im April gab es 679 Downloads der Mitgliedsliste.

### **3.7 Vorarbeiten f. Entwicklung des Reparaturgütesiegels**

Im Rahmen der KonsumentInnenbefragung durch die Firma CONSENT wurde auch erhoben, ob die Befragten Geräte, die als reparaturfreundlich gekennzeichnet sind, eher kaufen würden als solche ohne Kennzeichnung. Ungefähr zwei Drittel der Befragten würde sich an einer solchen Kennzeichnung orientieren, die Entwicklung eines „Reparaturgütesiegels“ macht also Sinn. In Gesprächen mit Wirtschaftskammer, Umweltministerium und VKI stellte sich heraus, dass die Entwicklung eines solchen Siegels mehrere Jahre in Anspruch nehmen wird. Außerdem kristallisierte sich heraus, dass es sinnvoll ist, zwei Schienen weiterzuverfolgen: Einerseits soll ein Gütesiegel für die Dienstleistung Reparatur geschaffen werden, andererseits ein Gütesiegel für gut reparierbare Produkte. Für die Dienstleistung würde sich das Umweltzeichen eignen, im Umweltzeichenbeirat wurde ein entsprechender Antrag eingereicht. Für die Produkte wäre eine Ö-Norm interessant, ein Vorgespräch mit dem Normungsinstitut fand bereits statt.

Damit den KonsumentInnen schon vor Einführung dieser Gütesiegel der bewusste Einkauf erleichtert wird, soll auf Anraten der Firma Consent als weiterer Schritt im nächsten Jahr in Zusammenarbeit mit den Netzwerksbetrieben eine Kriterienliste zusammengestellt werden, die alle wesentlichen Parameter für die Kaufentscheidung darstellt. Begonnen wird diese Liste im Bereich der Weißwaren.

## **3.8 Workshop ReparaturNetzWerk**

Am 17. November 2003 fand ein ganztägiger Workshop zur Unterstützung des Projektmanagements statt, bei dem UmweltberaterInnen, die an der Weiterentwicklung des Netzwerks beteiligt sind, und „Gründervater“ Norbert Weiß unter der Leitung von Heinz Peter Wallner („Nachhaltig beraten“) das ReparaturNetzWerk von verschiedenen Seiten beleuchteten. Zuerst wurde versucht, die Gründungs- und Entwicklungsgeschichte und die bisherigen Erfolge des Netzwerks darzustellen. Danach wurden die strategische Marktposition, Leitprinzipien und strategische Ziele erarbeitet. Auch ein Plan für kurzfristige Maßnahmen zur Erreichung der Ziele wurde ausgearbeitet.

## **4 Ergebnisse und Schlussfolgerungen**

### **4.1 Zusammenfassung der Ergebnisse**

Im Rahmen der INITIATIVE „Abfallvermeidung in Wien“ wurde ein Transportservice für zu reparierende bzw. reparierte Gegenstände eingerichtet und zum Welt-Umwelttag am 5. Juni über eine Pressekonferenz beworben. Seither wurden durchschnittlich ca. 80 Fahrten pro Monat über dieses Transportservice durchgeführt. Es werden hauptsächlich große und mittelgroße Geräte transportiert. Kleine Geräte transportieren die KundInnen weiterhin selbst. Diese Beobachtung stimmt auch mit den Ergebnissen einer Umfrage zum Thema Reparatur überein.

Diese Umfrage wurde durch die Firma Consent durchgeführt. Die Bereitschaft etwas reparieren zu lassen ist grundsätzlich hoch, schwankt jedoch je nach Produktgruppe. Zwei Drittel der Befragten haben innerhalb des letzten Jahres eine Reparatur bis zu € 200,- durchführen lassen. Weiters wollen sich zwei Drittel der KonsumentInnen bei einem Neukauf über die Reparierbarkeit des Produkts informieren.

Die Vorarbeiten für ein Reparaturgütesiegel, das über die Reparierbarkeit eines Produktes informiert, haben gezeigt, dass der Weg zu einem solchen Gütesiegel noch weit ist und dass einerseits ein Siegel für die Dienstleistung Reparatur und andererseits ein Siegel für reparaturfreundliche Produkte angestrebt werden sollte. Für die Dienstleistung Reparatur wurde ein Antrag bei der Umweltzeichen-Kommission eingereicht, für reparaturfreundliche Produkte wurde Kontakt mit dem Normungsinstitut aufgenommen.

Eine bedeutende Erhöhung der Mitgliederzahl wurde erreicht – seit Februar 2003 ist die Zahl um 20% auf 37 Mitglieder angewachsen. Die Angebotspalette konnte dadurch erweitert werden: Ein Klavierbauer, ein Reparatteur von Holzbearbeitungsmaschinen und ein Telekommunikations-Spezialist bieten Dienstleistungen an, die vorher im Netzwerk noch nicht abgedeckt wurden.

Für die Mitglieder wurde ein Abfallentsorgungsring für gefährliche Abfälle eingerichtet und neben mehreren Treffen auch ein Workshop zu Marketing und Kommunikation organisiert.

Durch einen bunten Öffentlichkeitsarbeits-Maßnahmenmix – von der Pressekonferenz über eine StammkundInnenaussendung bis zu Infoständen – wurde die Bevölkerung über das Netzwerk und das neue Transportservice informiert. Die neue Auflage der Broschüre „Treffpunkt Reparatur“ (Auflage 4.000 Stück), der neue Folder (Auflage 10.000 Stück) und die neu gestaltete Website tragen auch zu einer verbesserten Information der KonsumentInnen bei. Allein über die Netzwerks-Hotline wurden seit Februar ca. 3.500 Anfragen betreffend ReparaturNetzWerk entgegengenommen.

## **4.2 ReparaturNetzWerk – Zielerreichung 2003**

Für das Jahr 2003 war eine Steigerung der Vermeidungsleistung von 250 Tonnen auf 500 Tonnen pro Jahr vorgesehen. Gemessen an der Anzahl der Anrufe bei der Servicehotline von "die umweltberatung" konnte dieses Ziel erreicht werden. Die Anzahl der Anrufe bei der Servicehotline von "die umweltberatung" betreffend ReparaturNetzwerk verdoppelte sich im Vergleich zum Vorjahr (von 1.700 auf 3.500). Geht man davon aus, dass die „Vermittlungsquote“, das heißt der Anteil der Anrufe, die tatsächlich zu einem Reparaturauftrag an einen Mitgliedsbetrieb führen, gleich geblieben ist, und geht man weiters davon aus, dass das Verhältnis der Anzahl dieser Anrufe zu der Gesamtzahl der im RNW angefallenen Geschäftsfälle im Vergleich zu 2002 konstant ist, dann hat sich die Vermeidungsleistung verdoppelt.

Die Vermittlungsquote dürfte zumindest gleich geblieben sein, die Einführung des Transportservices im Jahr 2003 legt eher eine höhere Quote als ein Absinken des Anteils nahe. Das Verhältnis der über die Servicehotline von "die umweltberatung" vermittelten Reparaturaufträge zur Gesamtzahl der Geschäftsfälle im RNW dürfte ebenfalls zumindest gleich geblieben sein, da gezielte Werbemaßnahmen für die einzelnen Mitgliedsbetriebe gesetzt wurden. Es wurden zum Beispiel 6.000 Stück der Broschüre „Reparatur“ an interessierte KonsumentInnen verteilt. Diese Broschüre enthält die Adressen und Telefonnummern sämtlicher Mitgliedsbetriebe und beschreibt das Leistungsangebot jedes Reparaturbetriebes. Über die Servicestelle von "die umweltberatung" sowie bei Veranstaltungen wurden zusätzlich 9.000 Mitgliedslisten versandt bzw. verteilt.

## **4.3 Schlussfolgerungen und Ausblick**

Aufgrund der Erfahrungen und Diskussionen aus dem Jahr 2003 und der Umfrage unter KonsumentInnen haben sich die folgenden Schlussfolgerungen und für geplante Aktionen für 2004 ergeben.

#### **4.3.1 Checkliste für gute Reparierbarkeit von Neuware**

Ein wichtiger Arbeitsschritt im nächsten Jahr wird die Zusammenstellung von Informationen in Form einer Checkliste für den Kauf von reparaturfreundlichen Neugeräten sein. Wie aus der KonsumentInnenbefragung hervorgeht, würden ca. zwei Drittel der Befragten bei einem Neukauf die gute Reparierbarkeit beachten. Gemeinsam mit den ReparaturInnen des Netzwerks können Kriterien erarbeitet werden, die von KonsumentInnen beim Neukauf möglichst einfach zu erkennen sind und deren Beachtung eventuell anfallende Reparaturen erleichtert. Die Kriterien werden in einer übersichtlichen Liste dargestellt, die laufend erweitert werden kann. Begonnen wird diese Liste im Bereich der Weißware.

#### **4.3.2 Mitgliederwerbung**

Auch im nächsten Jahr sollen durch persönliche Kontakte und Öffentlichkeitsarbeit neue Mitglieder geworben werden. Dadurch wird einerseits das Know-How und Spektrum des Netzwerks erweitert, andererseits wird auch die Bekanntheit des Netzwerks erhöht und die Auslastung des Transportservice verbessert. Dabei ist insbesondere die Aufnahme neuer Branchen und die Erschließung zusätzlicher Bezirke zu berücksichtigen. Eine Aussendung an Wirtschaftsblätter und Wirtschaftsjournalisten diverser Tageszeitungen ist geplant.

#### **4.3.3 Marketing und Öffentlichkeitsarbeit**

Geplante Maßnahmen wie die Checkliste und die Einführung einer KundInnenkarte werden über Aussendungen und Infostände sowie die Betriebe bekannt gemacht. Dadurch wird der Bekanntheitsgrad bei den KonsumentInnen erhöht.

#### **4.3.4 Transportservice**

Das Transportservice kann – wie die Befragungsergebnisse zeigen – nur mit gestützten Preisen weitergeführt werden. Da die Befragung zeigt, dass der bequeme Transport eine wichtige Entscheidungsgrundlage für eine Reparatur ist, sollte das Transportservice weitergeführt und weiterhin beworben werden, um den KonsumentInnen ein gutes, bequemes Service anzubieten und durch Erhöhung der Fahrtenanzahl eine noch effizientere Routenplanung zu ermöglichen.

#### **4.3.5 KundInnenkarte**

Bei einem Treffen der ReparaturInnen ist die Idee einer Karte für StammkundInnen entstanden. Durch die Karte sollen die KundInnen enger an das ReparaturNetzwerk gebunden werden und die Telefonnummer für den Fall des Falles immer im Geldbörsel parat haben. Das Konzept für ein „Belohnungssystem“ in Form von Rabatt, Verlosungen oder einer Info-Veranstaltung sowie die Gestaltung der KundInnenkarte sind gemeinsam mit den ReparaturInnen auszufeilen.

#### **4.3.6 Entsorgung gefährlicher Abfälle**

Der im Jahr 2003 eingerichtete Entsorgungsring zur fachgerechten Entsorgung der gefährlichen Abfälle soll fortgeführt werden. Aufgrund der Erfahrungen aus 2003 ist geplant, den Betrieben Entsorgungsfahrten 2 mal pro Jahr anzubieten.

#### **4.3.7 Qualitätssicherung**

Zur Qualitätssicherung sind zwei Maßnahmen notwendig. Einerseits müssen im Beirat die Kriterien für die Mitgliedschaft nochmals überdacht und gegebenenfalls überarbeitet werden. Zusätzlich wird der Beirat auch das System zur Überprüfung der Einhaltung überarbeiten. Andererseits werden Weiterbildungsmaßnahmen für die ReparateurInnen hinsichtlich Umweltthemen (Abfall und Energie sind laut Netzwerkskriterien verpflichtend) sowie gemeinsames Marketing und KundInnenbetreuung geplant.

## **5       Anhang**

**5.1     Formular Transportservice**

**5.2     Mitgliedsliste**

**5.3     Presstext zur Pressekonferenz**

**5.4     Flugblatt Transportservice**

**5.5     StammkundInnenaussendung**

**5.6     Weiterentwickeltes Logo**

**5.7     Presstext Rathauskorrespondenz**

**5.8     Neuer Folder**

**5.9     Neue Broschüre**

**5.10    Protokoll ReparateurInnenworkshop**

**5.11    Fragebogen zur Reparatur-Umfrage**

**5.12    Ergebnisse der Reparatur-Umfrage**

**5.13    Protokoll Workshop Projektteam**