

Zukunftsthemen und Unterstützungsbedarfe der KMU in MV

Ergebnisse einer Befragung von 205 KMU im
Erhebungszeitraum September bis Oktober 2021



Foto von Garrett Sears von unsplash



Whitepaper

Stand: Februar 2022

Jan Vitera, Universität Greifswald | Fenja Hörcher, Universität Greifswald

EINFÜHRUNG - WAS ERWARTET SIE?

Mit diesem Papier bieten wir zum wiederholten Mal empirische Daten zur Zukunft der Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern (MV). Wir möchten dazu beitragen, besser zu verstehen, was die Kleinunternehmen, kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) im Land tatsächlich beschäftigt, wenn es um ihre Zukunft geht. Die Daten stammen nicht wie in vorherigen Untersuchungen aus persönlichen Gesprächen mit Unternehmer:innen, sondern aus einer Befragung von 205 KMU im Zeitraum von September bis Oktober 2021, die online und anonym stattfand (Siehe Infobox zu „Über wen berichten wir?“). Als Befragungsinstrument setzen wir den *ZMV-Monitor* ein, der jedem Unternehmen ein auf seine Bedarfe zugeschnittene Übersicht an Unterstützungsangeboten geförderter Akteure bietet (mehr zum Aufbau und zur Funktionsweise im Whitepaper „ZMV-Monitor: Bedarfe und Angebote zusammenbringen“).

DIE FOLGENDEN FRAGEN LEITEN DURCH UNSEREN BEITRAG:

- Was sind die Zukunftsthemen der KMU?
- Welche dieser Themen sind unterstützungsbedürftig?
- Welche Unterstützungsangebote werden genutzt und für wie hilfreich werden sie empfunden?

Drei Hinweise zu unserer Darstellungsweise sollen Ihnen helfen, einen schnellen Zugang zu den Befragungsergebnissen zu bekommen.

1) Wir stellen die Ergebnisse komprimiert dar und differenzieren sie nur dann nach Standort, Größe oder Branche der Unternehmen, wenn sich derlei Unterschiede in unseren Analysen als maßgeblich herausstellten oder wenn wir vermuten, dass diese Betrachtungsweise unabhängig von statistischen Auffälligkeiten lesenswert ist.

2) Viele der Ergebnisse beziehen sich darauf, wie häufig bestimmte Zukunftsthemen oder Unterstützungsbedarfe auftreten. Dabei wechseln wir an einigen Stellen in der Betrachtungsweise: Manchmal betrachten wir den Anteil an KMU, manchmal den Anteil an Zukunftsthemen. Im ersten Fall geht es bspw. um die Frage, wie viele unserer befragten KMU die Digitalisierung von Prozessen als Zukunftsthema genannt haben. Im zweiten Fall geht es um die

Frage, wie viele der digitalisierungsbezogenen Zukunftsthemen durch die Digitalisierung von Prozessen abgedeckt werden. Durch die Kombination beider Betrachtungsweisen berücksichtigen wir, dass die Unternehmen jeweils unterschiedlich viele Zukunftsthemen benannt haben.

3) Die relativen Häufigkeiten, die wir an vielen Stellen berichten, suggerieren womöglich vermeintliche Unterschiede in der Bedeutung bestimmter Zukunftsthemen. Wir möchten deshalb vorab dafür sensibilisieren, dass Häufigkeit kein Äquivalent für Relevanz ist. Hierzu ein Beispiel: In unserer Untersuchung benennen 46% der KMU das Finden von Fachkräften als Zukunftsthema. Für das Finden einer Unternehmensnachfolger:in sind es 11%. Setzt man die beide Werte ins Verhältnis, könnte man zu dem Schluss kommen, die Unternehmensnachfolge sei weniger wichtig als das Fachkräftethema. Bedenkt man hingegen, dass sich Unternehmen unabhängig von einem allgemeinem Mangel am Arbeitsmarkt kontinuierlich mit dem Finden von Fachkräften beschäftigen, und dass Nachfolger:innen über die Lebensspanne eines Unternehmens nur vereinzelt gesucht werden müssen, werden die beiden Werte in einen geeigneteren Kontext gesetzt und können besser interpretiert werden.

Über wen berichten wir?

Die Daten stammen fast ausschließlich (91%) von Personen mit Entscheidungskompetenzen in den Unternehmen (z. B. Geschäftsführung, Führungskräfte). Mehr als die Hälfte der Unternehmen zählt zu den Kleinunternehmen (54%), etwa ein Drittel (36%) zu den kleinen und 10% zu den mittleren Unternehmen. Die KMU stammen aus allen Landkreisen und kreisfreien Städten in MV, wobei den geringsten Anteil Unternehmen aus Schwerin (6%) ausmachen, den größten Anteil Unternehmen aus Rostock (24%). Das Verhältnis von KMU aus dem städtischen und dem ländlichen Raum ist fast ausgeglichen (54% städtisch und 46% ländlich). 60% der KMU gehören einer von drei Branchen an: **Dienstleistungen, Bauen & Handwerk, Gastgewerbe & Tourismus**. Die Standorte und Branchen der KMU werden in den **Abbildungen 1 und 2** differenziert dargestellt.

Infobox

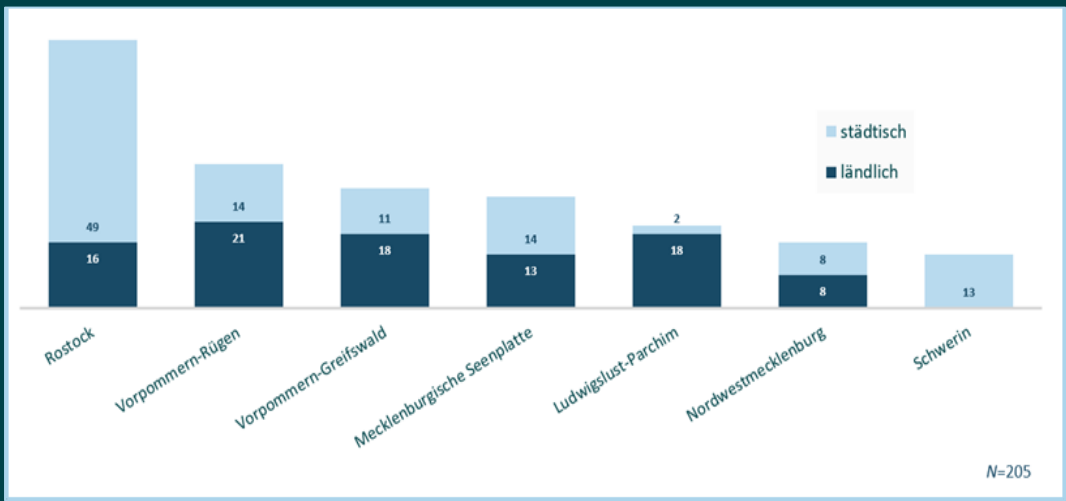
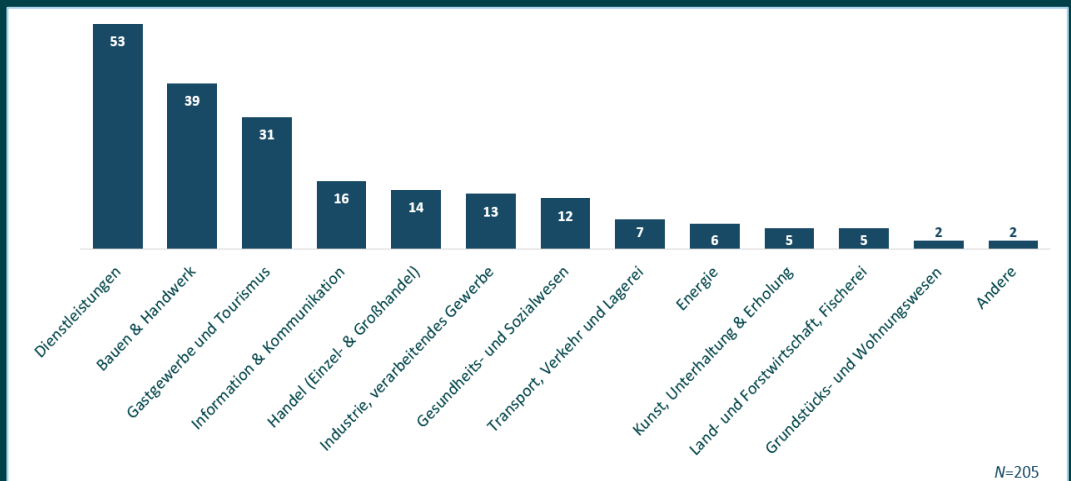


Abbildung 1.

Standorte der Befragten Unternehmen. Anzahl der Unternehmen die in ländlichen oder städtischen Regionen der Landkreise und kreisfreien Städte in MV niedergelassen sind.

Abbildung 2.
Anzahl der befragten Unternehmen pro Branche.



Infobox

WAS SIND DIE ZUKUNFTSTHEMEN DER KMU?

Als Zukunftsthemen bezeichnen wir solche Vorhaben, deren Umsetzung oder Bewältigung aus Sicht der Unternehmen besonders relevant dafür ist, ob sie zukünftig (immer noch) erfolgreich sind. Ihre Betrachtung findet nachfolgend auf zwei Ebenen statt, einer allgemeinen und einer konkreten. Auf allgemeiner Ebene unterscheiden wir zwischen vier Kategorien bzw. vier Bereichen, mit denen ein Zukunftsthema zu tun haben kann. Diese grobe (Zu)Ordnung unterteilt sich in *Digitalisierung & Technologien*, *Menschen*, *Strukturen & Prozesse* und *Produkte & Dienstleistungen*. Die konkrete Ebene bezieht sich auf Differenzierungen innerhalb der vier Bereiche. Hier werden die einzelnen Zukunftsthemen des jeweiligen Bereichs betrachtet. Eine Übersicht über die Zukunftsbereiche und -themen ist in **Abbildung 3** dargestellt.

In **Abbildung 4** wird für jeden Bereich gezeigt, wie viele der KMU mindestens ein ihr zugewiesenes Zukunftsthema haben. Mindestens bedeutet, dass sich hieraus nicht ablesen lässt, wenn Unternehmen mehrere Zukunftsthemen innerhalb desselben Bereichs angaben. Für die meisten KMU haben die Zukunftsthemen mit den Bereichen *Digitalisierung & Technologien* (66%) und mit *Menschen* (62%) zu tun, gefolgt von Themen aus den Bereichen *Strukturen & Prozesse* (55%) und *Produkte & Dienstleistungen* (41%). Unterteilt man diese Ergebnisse noch einmal nach Größe der Unternehmen, wird deutlich, dass Zukunftsthemen mit Bezug zum Menschen sich relativ gleichmäßig verteilen. Ansonsten deuten die Ergebnisse auf zwei Trends hin. Je größer ein Unternehmen ist, desto eher hat es ein Zukunftsthema in den Bereichen *Digitalisierung & Technologien* sowie *Strukturen & Prozesse*. In



Abbildung 3. Übersicht über die vier Zukunftsbereiche und die dazugehörigen Zukunftsthemen.

etwa umgekehrt ist der Trend für den Bereich *Produkte & Dienstleistungen*, in der am häufigsten die kleinen Unternehmen ein Zukunftsthema aufweisen.

In den nachfolgenden Absätzen gehen wir detailliert auf die vier Bereiche ein und zeigen die Häufigkeiten der dazugehörigen Zukunftsthemen, die einen konkreten Eindruck vermitteln sollen, womit sich die Unternehmen beschäftigen. Die Reihenfolge richtet sich nach der bereits gezeigten, absteigenden Häufigkeit der Bereiche. Für die Interpretation der Häufigkeiten hilft es zu wissen, dass die KMU mehrere der von uns vorgegebenen Zukunftsthemen auswählen konnten.

• Digitalisierung & Technologien – und Gründe dagegen

Insgesamt gaben die Unternehmen 312 Zukunftsthemen in diesem Bereich an. Die Themen adressieren diverse Aspekte und unterscheiden sich zum Teil stark darin, wie häufig sie auftreten. Eine Übersicht über die Verteilung Zukunftsthemen im Bereich *Digitalisierung & Technologien* ist in **Abbildung 5** dargestellt. Für 49% der KMU gehört die *Digitalisierung von Prozessen* zu ihren Zukunftsthemen in diesem Bereich. Im Vergleich dazu beschäftigen sich 10% der KMU mit Künstlicher Intelligenz. Die *Einführung neuer Hard- oder Software* oder *anderer Technolo-*

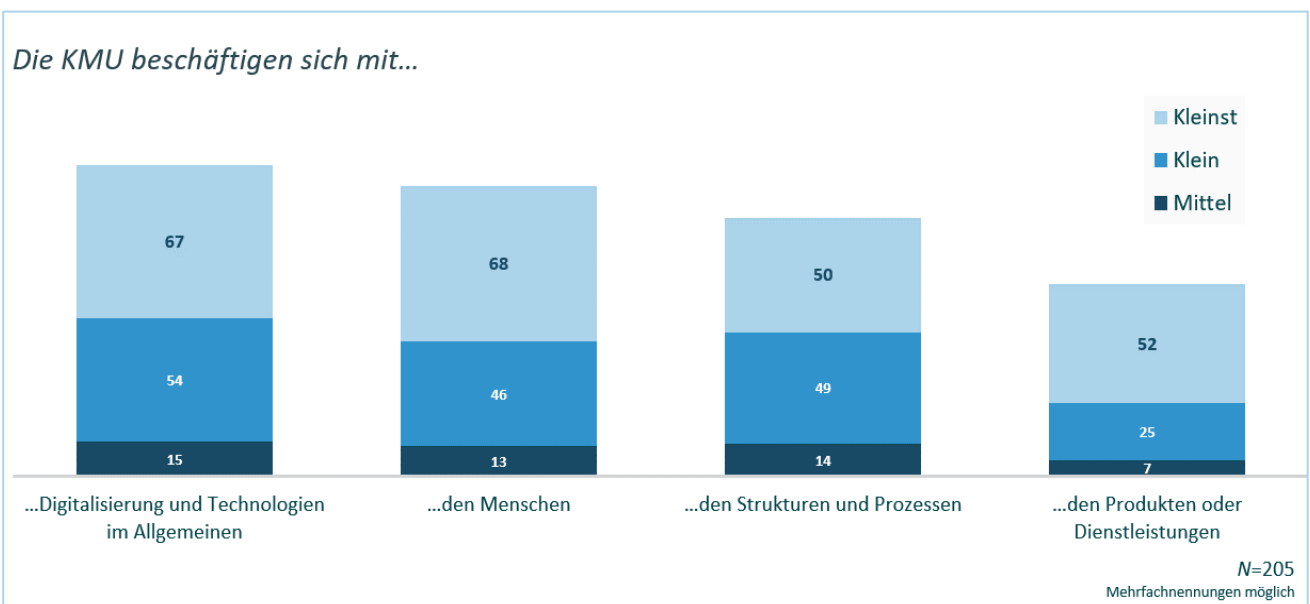


Abbildung 4. Anzahl der KMU mit mindestens einem Zukunftsthema in den jeweiligen Zukunftsbereichen unterschieden nach Unternehmensgröße. Die Frage wurde von allen 205 befragten Unternehmen beantwortet. Die Restekategorie *Anderer* mit 7 KMU ist hier nicht aufgeführt. Bis zu 9 Beschäftigte = Kleinstunternehmen; bis zu 49 = kleine Unternehmen; bis zu 249 = mittlere Unternehmen.

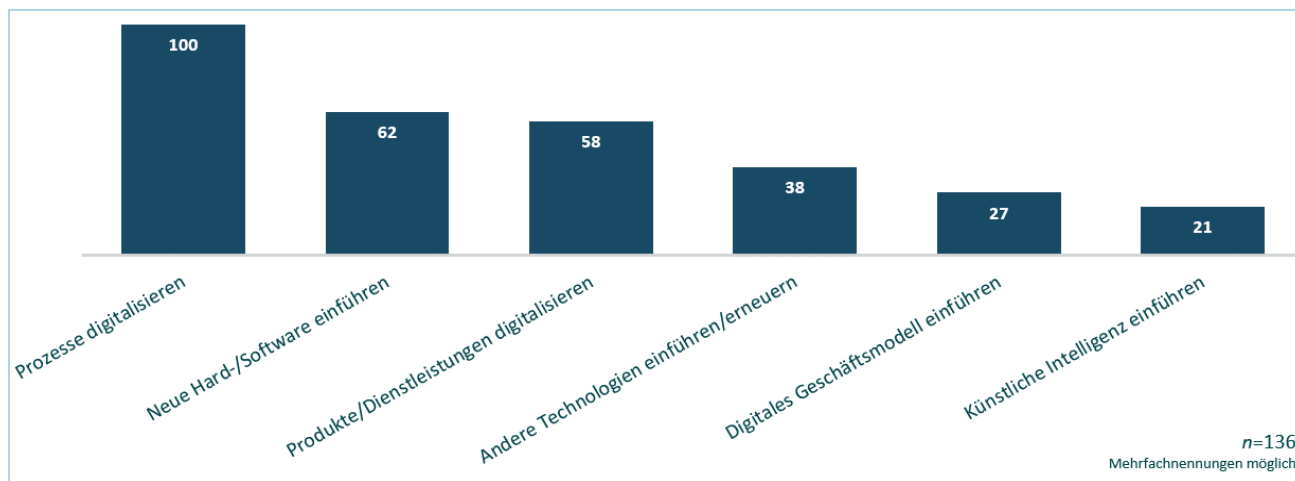


Abbildung 5. Anzahl der KMU mit einem Zukunftsthema in der jeweiligen Kategorie im Zukunftsbereich *Digitalisierung und Technologien*. Insgesamt wurden in diesem Bereich 312 Zukunftsthemen von 136 Unternehmen genannt. Die Restekategorie *Andere* mit 6 Themen ist hier nicht aufgeführt.

gien spielt für 30% bzw. 19% eine Rolle. Die *Digitalisierung des Geschäftsmodells* sowie der *Produkte oder Dienstleistungen* – beides Vorhaben, die neben dem Thema *Künstliche Intelligenz* als gemeinhin fortschrittlich gelten – sind jeweils bei 13% und 28% der KMU ein Zukunftsthema.

Betrachtet man die Unternehmen der drei größten Branchen unserer Untersuchung, die gemeinsam 60% der Stichprobe darstellen, zeigt sich folgendes Bild. 74% der **Dienstleistungsunternehmen** und 67% der Unternehmen aus dem **Bauen & Handwerk** haben mindestens ein digitales Zukunftsthema. Im **Gastgewerbe & Tourismus** gilt das für 48% der befragten KMU.

Gab ein Unternehmen an, im Bereich *Digitalisierung & Technologien* kein Zukunftsthema zu haben, fragten wir nach den Gründen. 47 KMU (23% der Befragten) betreffenden Unternehmen antworteten hierauf. Während sich für die Erklärung, bereits weitestgehend digitalisiert zu sein, keine Unterschiede zeigen, wurden zwei Begründung vorwiegend von KMU im ländlichen Bereich genannt: Die Priorisierung anderer Themen gegenüber digitalen bzw. technologischen und die allgemeine Bedeutungslosigkeit dieser Themen für das Unternehmen. Hierbei handelt es sich zu einem großen Teil um Unternehmen aus dem **Gastgewerbe & Tourismus** (38% der KMU, die einen von beiden Gründen nannte). Andere Branchen treten nur vereinzelt auf.

• Menschen

In diesem Bereich wurden die meisten Zukunftsthemen angegeben, insgesamt sind es 430. Der Wert lässt sich nicht ausschließlich auf die Situationen in den KMU zurückführen, sondern auch auf die hohe Anzahl an Themen, die hier zur Auswahl standen. Eine Übersicht der Themen und die jeweilige Anzahl an KMU, für die sie von Bedeutung sind, präsentiert die **Abbildung 6**. Am häufigsten wurde das *Finden von Fachkräften* angegeben (46% der KMU), am seltensten das Thema *Unternehmensnachfolge* (11% der KMU). Fasst man die vier Themen *Fachkräfte finden* (46%), *Fachkräfte halten* (33%), *Auszubildende finden* (24%) und *Auszubildende halten* (17%) unter der Klammer zusammen, den aktuellen und zukünftigen Personalbedarf zu decken, so umschließt diese Klammer mehr als die Hälfte (57%) aller menschenbezogenen Zukunftsthemen. Unsere Daten weisen darauf hin, dass das *Fachkräfte*-thema in allen Branchen einen ähnlich hohen Stellenwert hat. Am häufigsten wurde es von Unternehmen aus dem **Gesundheits- & Sozialwesen** genannt (58% der KMU; entspricht 7 von 12 KMU der Stichprobe). In den drei größten Branchen unserer Untersuchung – **Dienstleistungen**, **Bauen & Handwerk** und **Gastgewerbe & Tourismus** – betrifft es jeweils etwa 50% der KMU.

Die übrigen Zukunftsthemen beziehen sich auf Vorhaben zur Entwicklung von Personal wie die *Weiterbildung von Beschäftigten* (30%), die *Verbesserung der Führungsqualität* (26%) oder auf andere, *Weiche Themen* (22%) wie Unternehmenskultur, Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

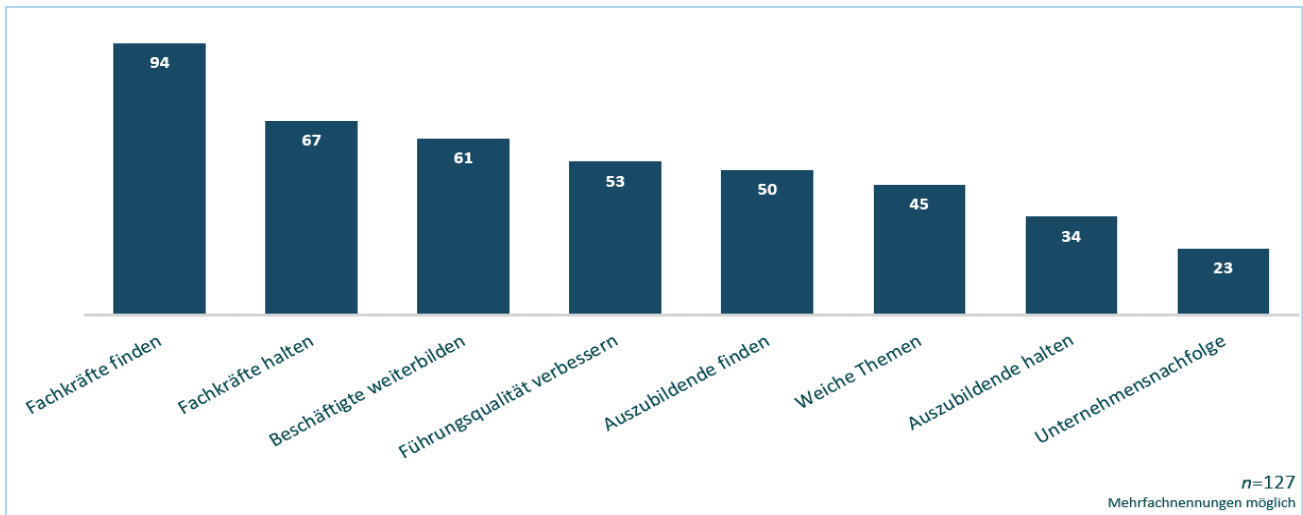


Abbildung 6. Anzahl der KMU mit einem Zukunftsthema in der jeweiligen Kategorie im Zukunftsbereich *Menschen*. Insgesamt wurden in diesem Bereich 430 Zukunftsthemen von 127 Unternehmen genannt. Die Restekategorie *Andere* mit 3 Themen ist hier nicht aufgeführt.

• **Strukturen & Prozesse**

Dieser Bereich umfasst drei Zukunftsthemen, die sich in ihren Häufigkeiten deutlich unterscheiden. Die *Veränderung von Prozessen bzw. Arbeitsweisen* wurde von 49% der KMU und damit am häufigsten genannt. Von diesen Unternehmen gaben wiederum 64% auch im Bereich *Digitalisierung & Technologien* an, ihre Prozesse zu digitalisieren. Wir können nicht unterscheiden, ob sich die KMU in diesem Bereich auf andere als die digitalen Prozesse beziehen, oder ob es sich um eine wiederholte Angabe des gleichen Zukunftsthemas handelt. Neben den Prozessveränderungen umfasst die Arbeit am Unternehmen für 23% der KMU auch die *Veränderung ihrer Organisationsstruktur*. 15% widmen sich ihren *Kooperationsbeziehungen mit Lieferanten bzw. Auftraggebern*.

• **Produkte & Dienstleistungen**

Die drei Zukunftsthemen *Produkte/Dienstleistungen vermarkten*, *bestehende Produkte/Dienstleistungen verändern* und *die Entwicklung von neuen Produkten/Dienstleistungen* treten gleichermaßen bei etwa 25% aller KMU auf. Die Unternehmen kommen in allen drei Kategorien überproportional aus dem ländlichen Raum und sind eher Kleinstunternehmen statt kleine oder mittlere. Der Größenunterschied zeigt sich insbesondere beim Thema *Vermarktung*. Für 36% der Kleinstunternehmen ist das ein Zukunftsthema. Bei den kleinen und mittleren Unternehmen sind es jeweils 20%.

BEI WELCHEN ZUKUNFTSTHEMEN BENÖTIGEN DIE KMU UNTERSTÜTZUNG?

Zu jedem Zukunftsthema wurde erfragt, inwiefern Unterstützung gebraucht oder bereits genutzt wird. Für 984 der 1166 genannten Zukunftsthemen machten die KMU Angaben. **Abbildung 7** zeigt für jeden der vier Bereiche, wie hoch der Anteil an Themen ist, für die sich Unterstützung gewünscht wird, für die keine Unterstützung benötigt wird und für die bereits Unterstützung in Anspruch genommen wird. Für die Bereiche *Digitalisierung & Technologien*, *Menschen* und *Produkte & Dienstleistungen* zeigt sich ein ähnliches Bild. Jeweils etwa 60% der Themen werden als unterstützungsbedürftig eingeschätzt, etwa 25% bearbeiten die KMU unabhängig und etwa 15% werden bereits unterstützt. Für den Bereich *Strukturen & Prozesse* weicht das Verhältnis von gewünschter zu ungewünschter Unterstützung mit 45% zu 39% von den Werten der anderen Bereiche ab.

Wechselt man die Betrachtungsweise hin zu dem Anteil der KMU mit Unterstützungsbedarfen, dann benennen 78% der Unternehmen mindestens ein Zukunftsthema, bei dem sie sich Unterstützung wünschen. Für die drei größten Branchen unserer Untersuchung – **Dienstleistungen, Bauen & Handwerk** und **Gastgewerbe & Tourismus** – sind es jeweils 75%, 82% und 81% der Unternehmen. Der Vergleich der Unternehmensgröße zeigt, dass von den mittleren Unternehmen 89% mindestens einen Unterstützungsbedarf aufweisen. Das ist der höchste Wert, gefolgt von den Kleinstunternehmen mit 79% und kleinen Unternehmen mit 74%.



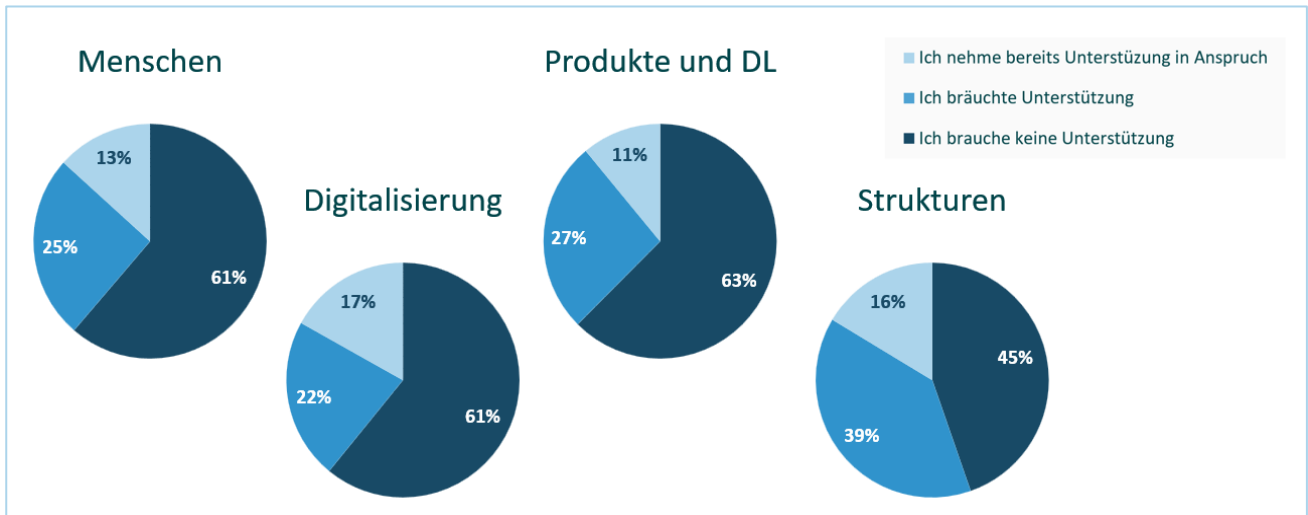


Abbildung 7. Anteil der Zukunftsthemen in den vier Zukunftsbereichen, bei denen die Unternehmen bereits Unterstützung in Anspruch nehmen, Unterstützung bräuchten oder keine Unterstützung benötigen. Antworten liegen für 984 von 1166 Zukunftsthemen vor. Daten wurden auf- bzw. abgerundet.

- Die 10 häufigsten Unterstützungsbedarfe der KMU
Im Folgenden gehen wir auf die zehn Zukunftsthemen ein, die von den KMU am häufigsten als unterstützungsbedürftig angegeben wurden. Die Rangfolge beginnt mit dem *Finden von Fachkräften*, bei dem sich 31% der KMU Unterstützung wünschen, und endet mit *der Entwicklung von neuen Produkten/Dienstleistungen*, hier liegt der Wert bei 12% der KMU. Aus dieser Top 10 stammen fünf aus dem Bereich *Menschen*, drei aus dem Bereich *Digitalisierung & Technologien*, zwei gehören dem Bereich *Produkte & Dienstleistungen* an.

Wir haben für die zehn Zukunftsthemen analysiert, ob die Größen, die Standorte (ländlich vs. Stadt) oder die Branche (nur **Dienstleistungen**, **Bauen & Handwerk** und **Gastgewerbe & Tourismus** betrachtet) eine Rolle für die Häufigkeiten spielen, mit der ein Unternehmen Unterstützung benötigt. Insofern wir Unterschiede feststellen konnten, werden diese stichpunktartig für das jeweilige Thema aufgeführt. Für den Begriff Unterstützungsbedarf nutzen wir die Abkürzung UB.

1) *Fachkräfte finden* (31% der KMU): Eher KMU im ländlichen Raum (61%); 42% der KMU aus der Branche **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB; 36% der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB; 33% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB

2) *Prozesse digitalisieren* (26% der KMU): Eher KMU in der Stadt (59%); 41% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB; 32% der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB; kaum UB bei KMU aus der Branche **Gastgewerbe & Tourismus** (9%)

3) *Produkte/Dienstleistungen vermarkten* (19% der KMU): Eher KMU im ländlichen Raum (62%); 25% der Kleinunternehmen mit UB, kleine Unternehmen 12%, mittlere Unternehmen 11%

4) *Beschäftigte qualifizieren/weiterbilden* (17% der KMU): Tendenz je größer das Unternehmen, desto eher ein Zukunftsthema und desto eher ein UB (kleinst: 13%, klein: 20%, mittel: 26%); je 23% der KMU aus den Branchen **Bauen & Handwerk** und **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB; 15 % der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB

5) *Führungsqualität verbessern* (17% der KMU): Eher KMU im ländlichen Raum (61%); 23% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB; 19% der KMU aus der Branche **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB; 15 % der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB; Tendenz je größer das Unternehmen, desto eher ein Zukunftsthema und desto eher ein UB (kleinst: 13%, klein: 18%, mittel: 26%)

6) *Fachkräfte halten* (17% der KMU): 9% der KMU aus der **Dienstleistungsbranche** mit UB; 20% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB; 32% aus dem **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB



7) *Produkte/Dienstleistungen digitalisieren* (16% der KMU): 25% der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB; 16% der KMU aus der Branche **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB; 15% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB

8) *Neue Hard- oder Software einführen* (16% der KMU): [keine berichtenswerten Unterschiede]

9) *Auszubildende finden* (14% der KMU): 28% der KMU aus der Branche **Bauen & Handwerk** mit UB; 19% der **Dienstleistungsunternehmen** mit UB; 10% der KMU aus der Branche **Gastgewerbe & Tourismus** mit UB

10) *Neue Produkte/Dienstleistungen entwickeln* (12% der KMU): 16% der Kleinunternehmen mit UB (klein: 6% mittel: 5%)

WELCHE UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE NUTZEN KMU – UND WIE BEWERTEN SIE DIESE?

Von den 205 KMU nutzen 28% externe Unterstützungen. Mit Blick auf ihre Größen und Branchenzugehörigkeiten zeigen sich kleine Unterschiede. Je größer das Unternehmen, desto eher gehört es zu denen, die Unterstützung in Anspruch nehmen (kleinst: 25%, klein: 29%, mittel: 42%). In den drei größten Branchen **Dienstleistungen**, **Bauen & Handwerk** und **Gastgewerbe & Tourismus** sind es jeweils 38%, 20% und 32% der KMU. Am geringsten ist der Anteil im **Gesundheits- und Sozialwesen** mit 8%. KMU nut-

zen durchschnittlich bei etwa zwei Zukunftsthemen Unterstützung. Differenziert man nach den vier Bereichen, wie in **Abbildung 7** zu sehen ist, dann bewegt sich der Anteil unterstützter Themen zwischen 11% für *Produkte & Dienstleistungen* und 17% für *Digitalisierung & Technologien*.

Zu 106 Zukunftsthemen machten die KMU Angaben darüber, welche Unterstützungen sie in Anspruch nehmen, und für wie hilfreich sie diese empfinden. **Abbildung 8** zeigt die Häufigkeitsverteilung von allen insgesamt 151 genutzten externen Unterstützer:innen bzw. Unterstützungsangeboten, unterteilt in sieben Kategorien. Der Wert 151 ergibt sich daraus, dass KMU in einigen Fällen mehrere Angebote für dasselbe Zukunftsthema nutzen. Der größte Anteil an Unterstützungen kommt von **Externen Beratern & Dienstleistern** (44%), gefolgt von **Kammern** (17%), **Verbänden** (12%) und **Netzwerken & Vernetzung** (11%). *Geförderte Programme & Projekte*, wie auch das Zukunftszentrum MV eines ist, kommen auf 5%.

In der nachfolgenden **Tabelle 1** betrachten wir die zehn Zukunftsthemen, bei denen am häufigsten externe Unterstützungen in Anspruch genommen werden. Hierzu listen wir die Themen untereinander auf und zeigen für jedes, wie viele der KMU Unterstützungen nutzen, um welche Unterstützungen es sich handelt, und für wie hilfreich sie empfunden werden. Vorab drei Anmerkungen zu unserer Darstellungsweise.

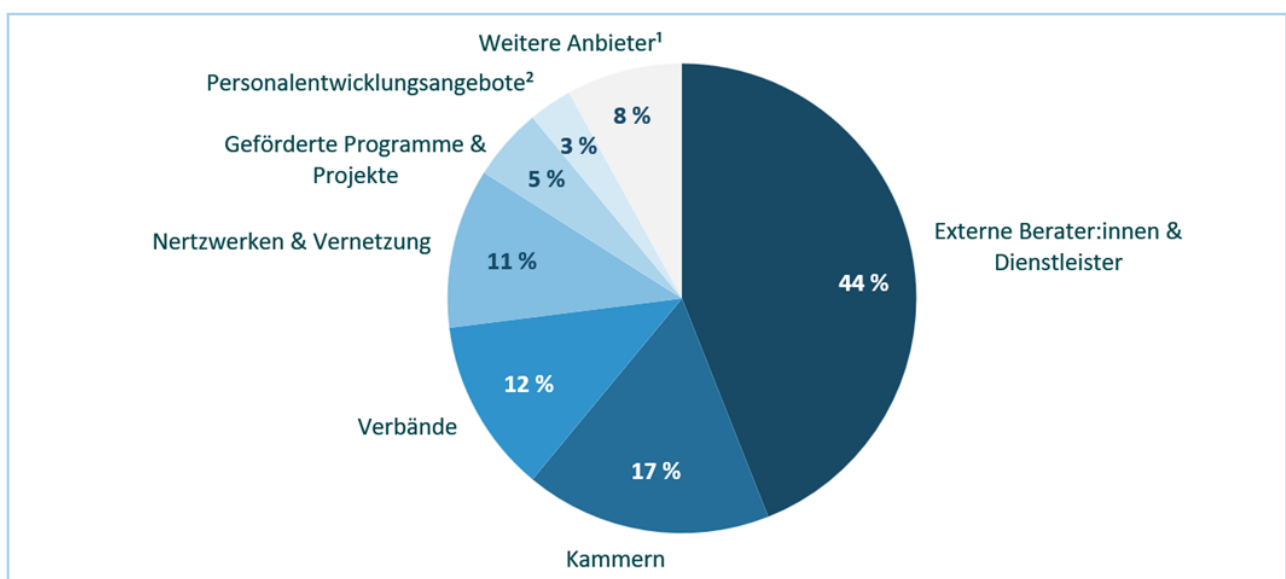


Abbildung 8. Anteil der Zukunftsthemen in den vier Zukunftsbereichen, bei denen die Unternehmen bereits Unterstützung in Anspruch nehmen, Unterstützung bräuchten oder keine Unterstützung benötigen. Antworten liegen für 984 von 1168 Zukunftsthemen vor. ¹ = z. B. WIFÖG, Arbeitsagentur und WelcomeCenter; ² = z. B. Mentoring und Fortbildung



1) Wir nutzen nachfolgend den Begriff *Unterstützungen*, der sowohl Unterstützer:innen (z. B. Organisationen wie die verschiedenen Kammern) als auch konkrete Unterstützungsangebote (z. B. Fortbildung als Aktivität) umschließt. Beides wurde von den KMU angegeben.

2) Bedingt durch die Vermischung von Unterstützer:innen und Unterstützungsangeboten sind die genutzten Kategorien nicht trennscharf, sie können sich im Einzelfall aufeinander beziehen. Beispielsweise ist die Nennung eines Mentoring-Programms als genutztes Unterstützungsangebot potentiell einem der Unterstützer:innen einer anderen Kategorie (z. B. einem Verband) zuweisbar. Da wir solche Zuweisung nur spekulativ hätten vornehmen können, haben wir darauf verzichtet.

3) Wir präsentieren zu jedem Zukunftsthema die durchschnittliche Beurteilung aller genannten Unterstützungen, auch wenn eine Aufschlüsselung nach Kategorien (z. B. Verbände vs. Kammern) theoretisch möglich wäre. In Anbetracht der geringen Fallzahlen möchten wir vermeiden, dass aufgrund von Einzelmeinungen zu bestimmten Unterstützungen Schlussfolgerungen zu deren Qualität gezogen werden.

Fast zu jedem Zukunftsthema zeigt sich eine große Bandbreite an Beurteilungen. Das heißt, die genutzten Unterstützungen werden sehr unterschiedlich wahrgenommen, wenn es darum geht, wie hilfreich sie für die Arbeit am jeweiligen Thema sind. Ausnahme bildet das Thema *Produkt/Dienstleistung digitalisieren*, hier werden die Unterstützungen entweder als gut oder befriedigend beurteilt. Die durchschnittlichen Beurteilungen bewegen sich zwischen 2,1 (*Fachkräfte finden*) und 3,0 (*Andere Technologien einführen*). Zu allen zehn Themen werden *Berater & Dienstleister* als Unterstützung genannt. *Kammern und Verbände* tauchen bis auf das Thema *Führungsqualität verbessern* überall auf, wenn teils auch nur in Einzelnennungen. *Förderprogramme und geförderte Projekte* finden sich bei drei Zukunftsthemen, die alle einen digitalen oder technologischen Bezug haben: *Prozesse digitalisieren*, *Neue Hard- oder Software einführen*, *Andere Technologien einführen*.

Tabelle 1

Bewertung genutzter Unterstützungen für zehn Zukunftsthemen mit häufigster externer Unterstützung

Zukunftsthema	Genutzte Unterstützungen	Beurteilung
<i>Prozesse digitalisieren</i> (8%)	<ul style="list-style-type: none"> • Förderprogramme & geförderte Projekte* • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände* • Kammern • Netzwerke & Vernetzung 	2,5 [1-5]
<i>Fachkräfte finden</i> (6%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände* • Kammern* • Netzwerke & Vernetzung • Weitere Anbieter^{1*} 	2,1 [1-4]
<i>Beschäftigte qualifizieren/weiterbilden</i> (6%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände* • Kammern* • Netzwerke & Vernetzung* • Personalentwicklungsangebote^{2*} 	2,8 [2-5]
<i>Neue Hard- oder Software einführen</i> (6%)	<ul style="list-style-type: none"> • Förderprogramme & geförderte Projekte • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände • Kammern 	2,4 [1-5]
<i>Prozesse/Arbeitsweisen verändern</i> (6%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände* • Kammern • Netzwerke & Vernetzung* • Weitere Anbieter¹ 	2,8 [1-6]
<i>Aufbauorganisation/Organisationsstruktur verändern</i> (4%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände • Kammern • Netzwerke & Vernetzung 	2,7 [1-6]
<i>Auszubildende finden</i> (4%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände • Kammern* • Netzwerke & Vernetzung • Weitere Anbieter^{1*} 	2,9 [1-5]
<i>Produkt/Dienstleistung digitalisieren</i> (3%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände • Kammern • Weitere Anbieter* 	2,3 [2-3]
<i>Andere Technologien einführen</i> (3%)	<ul style="list-style-type: none"> • Förderprogramme & geförderte Projekte • (Externe) Berater & Dienstleister* • Verbände • Kammern 	3,0 [2-5]
<i>Führungsqualität verbessern</i> (3%)	<ul style="list-style-type: none"> • (Externe) Berater & Dienstleister* • Netzwerke & Vernetzung • Personalentwicklungsangebote² 	2,3 [1-6]

Anmerkungen: Die Tabelle zeigt Zukunftsthemen (Anteil der KMU in %), genutzte Unterstützungen (Vertreter der mit * versehenen Kategorien kamen mehr als einmal vor) und die Beurteilung im Gesamtdurchschnitt (dargestellt in Schulnoten).

[1-6] = Die Spannweite der Noten von bis

¹ = z. B. WIFÖG, Arbeitsagentur und WelcomeCenter

² = z. B. Mentoring und Fortbildung

SCHLUSSFOLGERUNGEN & SCHLUSSWORT

Auf drei Punkte möchten wir abschließend eingehen. Der erste betrifft die Grenzen, allgemeingültige Schlussfolgerungen zu den Unternehmen im Land oder zu bestimmten Branchen zu ziehen. Um die Aussagekraft der vorliegenden Ergebnisse zu steigern, zeigen wir Berührungspunkte mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen sowie der eigenen, vorausgehenden Untersuchung. Der zweite Punkt betrifft den Stellenwert der Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit in dieser und in zukünftigen Untersuchungen. Abschließend benennen wir zwei Anlässe, um sich mit uns vertiefend über die Ergebnisse auszutauschen.

• Die Ergebnisse im Kontext anderer & eigener Untersuchungen

Wie auch für unsere vergangenen Whitepaper gilt für dieses, dass wir mit den berichteten Ergebnissen einen bestimmten Ausschnitt der Unternehmenslandschaft zu einer bestimmten Zeit beschreiben. Es ist somit eines von mehreren Puzzleteilen, aus denen gemeinsam ein interpretierbares Gesamtbild entstehen kann. Weitere Puzzleteile können sowohl andere Untersuchungen sein, die sich ähnlichen Fragestellungen zu den KMU im Land widmen. Es können aber auch vorausgehende, eigene Untersuchungen sein, die Vergleichsmöglichkeiten bieten und so auf Entwicklungen hinweisen können. Beide Bezüge möchten wir beleuchten.

An Untersuchungen, die thematische Überschneidungen zum *ZMV-Monitor* aufweisen, sind uns derzeit nur diejenigen der Industrie- und Handelskammern (IHK) in MV bekannt. Die aktuelle Untersuchung, die *IHK-Digitalisierungs-Umfrage*, präsentiert Daten von 368 Unternehmen aus Jahr 2021 (Mehr Informationen unter: www.rostock.ihk24.de/servicemarken/presse/medieninformationen/digitalisierungsumfrage-2021-5384640). Sie widmet sich u. a. den Hauptgründen für Digitalisierung sowie den Herausforderungen und Bedarfen der Unternehmen im Zusammenhang mit ihrem digitalen Wandel. Wo sehen wir konkrete Berührungspunkte mit unseren Ergebnissen?

- In der Untersuchung der IHK wünschen sich 44% der Unternehmen, dass der Zugang zu öffentlichen Fördermitteln erleichtert und Unterstützungsangebote für Digitalisierungsvorhaben und den Einsatz innovativer Technologien ausgebaut werden. Unsere differenzierten Ergebnisse zu den Unterstützungsbedarfen liefern Hinweise

darauf, welche digitalisierungs- und technologiebezogenen Themen die Angebote vornehmlich adressieren sollten: Die Digitalisierung von Prozessen, von Produkten und Dienstleistungen sowie die Einführung neuer Soft- und Hardware.

- Während unsere Monitorergebnisse die allgemeine Tragweite des Fachkräftethemas abbilden, bezieht sich die IHK-Untersuchung auf einen Teilbereich davon, die IT-Fachkräfte, und stellt dar, dass deren Fehlen sich bei 22% der Unternehmen negativ auf ihre digitalen Entwicklungsvorhaben auswirken.
- Zur Weiterbildung und Qualifizierung von Beschäftigten zeigen wir, dass es bei 30% der KMU ein Zukunftsthema ist. In der IHK-Untersuchung wird konkreter benannt, an welche digitalen Kompetenzen die Unternehmen denken. Demnach sei für mehr als 50% der Unternehmen ein digitales Prozessverständnis, eine digitale Denkweise und eine Veränderungsbereitschaft relevant.
- In beiden Untersuchungen ist der Anteil an Unternehmen, die externe Unterstützungsangebote nutzen, in etwa gleich groß (IHK: „gut ein Viertel“; ZMV-Monitor: 28%).

Die Monitorergebnisse können punktuell auch im Licht unserer vorausgehenden Untersuchungen betrachtet werden, bei denen wir die Daten anhand von Interviews gewonnen haben. Der ZMV-Monitor ist in einigen wesentlichen Punkten eine Weiterentwicklung unserer bisherigen methodischen Herangehensweise (siehe hierzu das Whitepaper zum ZMV-Monitor). Ein Nachteil dieser Weiterentwicklung ist die eingeschränkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse, die aus dem überarbeiteten Kategoriensystems resultiert. Das heißt, die Bezeichnungen der Bereiche und Zukunftsthemen, mit denen wir in den Untersuchungen gearbeitet haben, unterscheiden sich. Einige wenige Zukunftsthemen und Unterstützungsbedarfe sind sich allerdings ähnlich, so dass wir sie nachfolgend nutzen, um Bezüge zwischen den Untersuchungen herzustellen. Dabei ist zu beachten, dass wir aufgrund der genannten Faktoren nicht erklären können, inwieweit (Nicht-)Veränderungen auf die neue methodische Umsetzung, die abweichende Stichprobe oder themenbezogene Entwicklungen zurückzuführen sind.



Der hohe Anteil an KMU, die das *Finden von Personal* (Fachkräfte und Auszubildende) zu ihren Zukunftsthemen zählen, tritt konstant in beiden Untersuchungen auf. Das gilt auch für die *Vermarktung von Produkten & Dienstleistungen*. In dieser Untersuchung zählen im Vergleich zur vorausgehenden das Halten bzw. Binden von Personal und auch das *Weiterbilden & Qualifizieren* bei mehr KMU zu den Zukunftsthemen. Ein weitestgehend konstanter Wert betrifft den Anteil an Zukunftsthemen, bei denen die KMU bereits externe Unterstützung nutzen. Er beläuft sich bisher wie auch hier auf etwa 12%. In dieser Untersuchung werden etwa 60% der Zukunftsthemen als unterstützungsbedürftig eingeschätzt, vorher waren es 39%. Diese Steigerung könnte mit der Art und Weise zusammenhängen, wie wir den *ZMV-Monitor* bewarben und einführten. Der Text unseres Mailanschreibens sowie die Landing-Page rückten das Thema Unterstützungsbedarfe in den Fokus und versprachen ein unternehmensspezifisches Matching. Hier liegt ein Selektionseffekt nahe, wonach eher KMU an der Untersuchung teilnahmen, die einen Unterstützungsbedarf haben und sich einen Nutzen vom Matching erhofften.

- Zukunftsthemen mit Bezug zu Klimaschutz & Nachhaltigkeit

Der ZMV-Monitor ist in der derzeitigen Form nicht hinreichend sensitiv dafür, mögliche Bestrebungen der KMU in Sachen Klimaschutz und Nachhaltigkeit sichtbar zu machen. Sechs KMU, also 3% der Stichprobe, nutzten die Freitextoption, um ein Zukunftsthema mit Bezug zu Klimaschutz & Nachhaltigkeit anzugeben. Der Wert mutet in Anbetracht des derzeitigen gesellschaftlichen und politischen Diskurses klein an. Allerdings muss dabei berücksichtigt werden, dass Klima- und Nachhaltigkeitsziele auch Bestandteile der anderen Zukunftsthemen sein können (z.B. bestimmter Digitalisierungsmaßnahmen oder struktureller Veränderungen) oder bei der Umsetzung berücksichtigt werden. In zukünftigen Untersuchungen möchten wir differenziertere Aussagen treffen können und nutzen diese Reflexion als Überarbeitungsimpuls für den *ZMV-Monitor*.

SIE WOLLEN MEHR?

In diesem Whitepaper stellen wir die meisten Ergebnisse verkürzt dar. Am offensichtlichsten wird das an unserer Auswahl von zehn Zukunftsthemen, die Unterstützung erfordern und bei denen Unterstützung in Anspruch genommen wird. Diejenigen, die es genauer wissen möchten (z. B. ein Fokus auf bestimmte Branchen oder Standorte), laden wir ein, uns mit ihren Auswertungsanfragen zu kontaktieren. Eine weitere Einladung betrifft die Diskussion der Ergebnisse: Lassen Sie uns in den Dialog treten und die Monitorergebnisse mit Ihren Daten, Erfahrungen und Beobachtungen zu Unternehmen und Branchen in Beziehung setzen! Melden Sie sich gern und schreiben Sie uns an forschung@zukunftszenrum-mv.de.

Impressum

- Herausgeber

»Regionales Zukunftszentrum MV«

Universität Rostock
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Gründungspädagogik
Raum 346 | Ulmenstraße 69, Haus 1 | 18057 Rostock



- Projektleitung

Dr. Ilkay Koparan

(Universität Rostock)
Fon +49 381 498 4368
koparan@zukunftszentrum-mv.de

Dr. Jan Vitera

(Universität Greifswald)
Fon +49 3834 420 3141
vitera@zukunftszentrum-mv.de

zukunftszentrum-mv.de •

- Wissenschaftliche Gesamtleitung

Prof. Dr. Andreas Diettrich

andreas.diettrich@uni-rostock.de

Prof. Dr. Kurt Sandkuhl

kurt.sandkuhl@uni-rostock.de

Prof. Dr. Silke Schmidt

silke.schmidt@uni-greifswald.de

- Autor:innen

Dr. Jan Vitera

Fon +49 3834 420 3141
vitera@zukunftszentrum-mv.de

Fenja Hörcher

Fon +49 3834 420 3819
hoercher@zukunftszentrum-mv.de

Universität Greifswald
Lehrstuhl Gesundheit und Prävention
Robert-Blum-Straße 13
17489 Greifswald



Wir danken Lino Mögling und Marlene Mühlmann für die großartige Unterstützung bei der Auswertung!

Förderhinweis: Das Projekt „Regionales Zukunftszentrum MV“ wird im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftszentren“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

