

Kieler Unternehmensumfrage zu Corona – Mai 2020

Kurzauswertung

Hintergrundinformationen

Die Befragung wurde gemeinsam von der Landeshauptstadt Kiel, Referat für Wirtschaft, der KiWi, Kieler Wirtschaftsförderung und Kiel-Marketing initiiert und durchgeführt. Insgesamt nahmen im Zeitraum 30. April bis 15. Mai 439 Unternehmen an der Umfrage teil. Die vergleichsweise hohe Antwortquote (29%, 1572 Unternehmen wurden angeschrieben) und ein spürbar großes Engagement bei den Antworten auf offene Fragen und Kommentarmöglichkeiten zeigen, dass die Unternehmen die Umfrage als weitere Chance wahrnehmen, ihre durch die Covid19-Pandemie ausgelösten Herausforderungen zu kommunizieren und an der Suche nach konstruktiven Lösungen mitzuwirken.

Zu den befragten Unternehmen:

- **breites Branchenspektrum:** Dienstleistungen (33%), Groß- und Einzelhandel (17%), produzierendes Gewerbe (16%), Handwerk (8%), Digitale Wirtschaft (7%), Gastronomie (6%), Tourismus (5%), Energiewirtschaft (2%), Sonstige, d.h. < 7 Antworten: Kultur- und Kreativwirtschaft, Bildung, soziale Einrichtungen u.a. (5%)
- **weitgehend gleichmäßige Verteilung nach Unternehmensgröße:** 1. 21-100 Mitarbeiter*innen (28%), 2. 1-5 (19%), 3. >100 (17%), 11-20 (15%), 6-10 (11%), Soloselbständige (10%)
- **Unternehmensalter – Große Beteiligung etablierter Unternehmen:** >20 Jahre (60%), 11-20 (20%), 6-10 (12%), 1-5 (7%), <1 (1%)

Zentrale Ergebnisse

1. **Die Situation der Unternehmen hat sich deutlich verschlechtert:** Von vorher 86% geben nur noch 26% der Unternehmen ihre Situation mit gut bis sehr gut an. 43% der Unternehmen haben erkennbare wirtschaftliche Probleme. 47% der Unternehmen haben sich mindestens um 2 Stufen (z.B. von gut auf erkennbare wirtschaftliche Schwierigkeiten) verschlechtert.
Betroffen sind alle Branchen: Besonders stark betroffen sind wie zu erwarten Gastronomie, Tourismus & Einzelhandel, aber auch beispielsweise das produzierende Gewerbe.
Besonders betroffen sind jüngere Unternehmen: während 56% der Start-Ups (bis 5 Jahre) und 44% der Bestandsunternehmen (6-20 Jahre) angeben, einen Umsatzverlust von über 25% zu erwarten, liegt dieser Anteil bei den Traditionsunternehmen (über 20 Jahre) nur bei 32%.
Ebenfalls stärker betroffen sind kleinere Unternehmen: Während unter den Soloselbständigen 41% und unter den kleinen Unternehmen bis 10 Mitarbeiter 51% angeben mehr als 25% Umsatzverlust zu erwarten sind es unter den größeren Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitern nur ca. 30%.
Insgesamt wird ein starker Umsatzrückgang erwartet: 60% der Unternehmen erwarten mehr als 10% Umsatzrückgang, 38% sogar mehr als 25%. **Gut die Hälfte der Unternehmen hat bereits Hilfen in Anspruch genommen.** v.a. Kurzarbeitergeld (35%), Soforthilfe (32%), Steuerstundungen (25%).
2. **Durch die Corona-Maßnahmen entstehen vielfältige Herausforderungen für die Unternehmen.** Hoher Nachfragerückgang (64%) und Stornierung von Aufträgen (48%),

Logistikengpässe/ Lieferschwierigkeiten (31%) werden als häufigste Herausforderungen genannt. Für ein Viertel der Unternehmen stellt aber auch die fehlende Kinderbetreuung (25%) ein großes Problem dar. Fast 25% der befragten Unternehmen waren bzw. sind von Unternehmensschließungen aufgrund der Maßnahmen betroffen, 16% nehmen behördliche Hürden wahr.

3. Es gibt **deutliche Folgen für Mitarbeiter*innen**, z.B. durch die Zunahme von Homeoffice (49%), Kurzarbeit (46%), Erledigung anderer Aufgaben oder Mehrarbeit (30%) bis hin zur Entlassung von Mitarbeiter*innen (12%). Nur bei jedem fünften Unternehmen ergaben sich bisher keine Veränderungen für die Mitarbeiter*innen
4. Welche Veränderungen ergeben sich für die Unternehmen? Die Erfahrungen aus der Krise treiben die **Digitalisierungsbestrebungen der Unternehmen** stark voran (60%) und führen voraussichtlich zu einem **Ausbau von Homeoffice als Arbeitsmodell** (46%). **Gesundheitsschutz** wird perspektivisch ebenfalls eine größere Rolle spielen. Mehr als ein Viertel der Unternehmen setzt auch für die Zeit nach der Krise auf den **Ausbau neuer Produkte und Dienstleistungen**.
5. **Die Corona-Krise fördert Innovationskraft und Kreativität.**
Fast die Hälfte der Unternehmen (43%) gibt an – stärker als sonst – innovative und kreative Ideen umgesetzt zu haben. 21% der Unternehmen möchten auch nach der Krise ihre Innovationsfähigkeit und ihr kreatives Potential erhöhen.
Die von vielen Unternehmen dargestellten **best practices geben einen Einblick in die Kreativität der Kieler Unternehmen**: Es wurden in kürzester Zeit z.B. verschiedene Apps entwickelt, Corona-Podcasts veröffentlicht, die eigenen Online-Präsenzen überarbeitet oder neu aufgebaut und geplante Veranstaltungen in verschiedenste virtuelle Formate umgewandelt. Die Antworten deuten auch auf eine verstärkte Orientierung auf Solidarität und Kooperation hin: verschiedene Initiativen wurden ins Leben gerufen, das eigene Angebot in Nachbarschaftshilfen integriert oder Mund-Nasen-Schutz produziert und verkauft. (Aufgrund der Rückverfolgbarkeit zu einzelnen Unternehmen können diese Antworten nicht im Einzelnen veröffentlicht werden.)
6. **Für die Phase nach dem Lockdown geben die Unternehmen zentrale Bedarfe an:**
v.a. **zuverlässige Kinderbetreuungsmöglichkeiten** (37%), einen **freien Güter-, Waren- und Personenverkehr** (32%). Knapp ein Viertel der Unternehmen wünscht **weitere finanzielle Hilfen** (24%). Nachgefragt werden außerdem **Weiterbildungsangebote** (z.B. im Bereich Digitalisierung), sowie **Unterstützung bei der Suche nach neuen Märkten** und dem **Aufbau neuer Netzwerke**.
7. Als Unterstützungsmöglichkeiten durch Landeshauptstadt, KiWi und Kiel-Marketing werden u.a. der **Ausbau von Online-Services**, die aktive Interessensvertretung gegenüber Bund und Land sowie die **Ansprechbarkeit der Verwaltung** genannt. Als hilfreich werden v.a. auch die **Beratung zu Förderung- und Finanzierung und Digitalisierung** wahrgenommen sowie der **Aufbau neuer Netzwerke** und die **Unterstützung bei der Fachkräftesuche**.
8. **Woher beziehen die Unternehmen ihre Informationen?**
Neben den hoch frequentierten Branchenverbänden (35%), IHK (32%) und weiteren in der Krise relevanten Akteuren wie der Investitionsbank Schleswig-Holstein (24%) und dem Unternehmensverband Kiel (12%), waren die Landeshauptstadt, KiWi und Kiel-Marketing für viele der befragten Unternehmen wichtige Ansprechpartner und Informationsgeber (17% bzw. 8% und 6%). Die meisten Informationen zum Corona-Geschehen und den neuen Auflagen wurden von den Unternehmen online bezogen (75%). Persönliche Beratungen oder Webinare (je 13%) wurden zusätzlich genutzt. Auch KIEL hilft KIEL wird als Informationsquelle angegeben (8%).

Bei Nachfragen zu den Ergebnissen können Sie sich gerne an Dr. Barbara Weig, Kieler Wirtschaftsförderung (bweig@kiwi-kiel.de) wenden.