

## Zwischenbericht des Projekts PA5209AD/0609M: „Bedeutung des demografischen Wandels für klein- und mittelständische Unternehmen in Sachsen-Anhalt“

Aufgrund der zweitgeteilten Ausrichtung des Projektes in eine angebots- und eine nachfrageorientierte Analyse bearbeiten zwei Mitarbeiter jeweils einen Teil. Um dabei wechselseitige Synergien zu ermöglichen, erfolgt bei schwerpunktübergreifenden Fragestellungen eine intensive Zusammenarbeit zwischen den beiden Projektteilen. Mit Hilfe ausführlicher Literaturrecherche und der Sichtung durchgeführter Studien zur Bedeutung des demografischen Wandels für Unternehmen konnten bereits erste Erkenntnisse für die Forschung gewonnen werden. Ebenso wurde deutlich, dass speziell für das Bundesland Sachsen-Anhalt dieses Thema bisher nur unzureichend thematisiert wurde.

Weiterhin hat die Auswertung sekundärstatistischer Daten ergeben, dass Handlungsbedarf dringend besteht. Das bisherige zunehmende Altern der Bevölkerung allgemein und als Teilmenge davon der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Besonderen verdeutlicht folgende Abbildung:

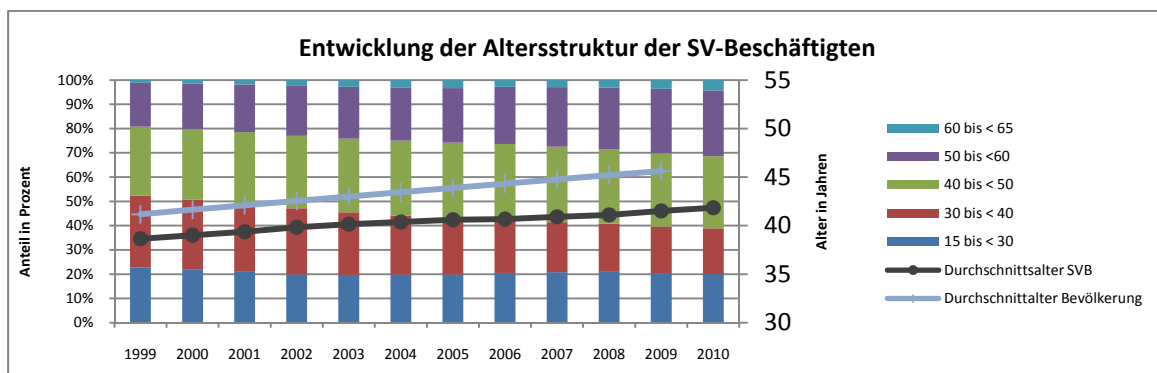


Abb.1 Entwicklung der Altersstruktur der SV-Beschäftigten (Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnung u. Darstellung)

Inwiefern sich kleine und mittlere Unternehmen in Sachsen-Anhalt dessen bewusst sind und wie sie dieser sich zukünftig verstärkenden Entwicklung begegnen, wird mit quantitativen und qualitativen Methoden untersucht.

Ein in Absprache mit den lokalen Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern erstellter Fragebogen wird nach intensiver Interviewerschulung mit 25 Studenten per Computer-Assisted-Telephone-Interview von April bis Juli 2011 zur Befragung der Unternehmen genutzt. Pre-Tests sind bereits abgeschlossen. In den drei Themenblöcken Betriebskennzahlen, betriebsinterne Situation und Absatzorientierung werden in einem zeitlichen Rahmen von ca. 20 Minuten sowohl geschlossene als auch offene Fragen gestellt. Anregungen und Wünsche der Kammern wurden bei der Fragebogenerstellung berücksichtigt. Ansprechpartner in den Unternehmen wird jeweils die Geschäftsführung oder die Personalabteilung sein.

Zur Erstellung der Unternehmensdatenbank wurde dem Projekt von allen Kammern eine Adressliste zur Verfügung gestellt. Um die Ziele des Projektes zu erreichen, wurden diese Datensätze bereinigt und durch eigene Recherche um fehlende Angaben ergänzt.

Die Stichprobenziehung für die Unternehmensbefragung ergab sich aus dem Ziel des Projektes 10 % der Grundgesamtheit (alle Betriebe Sachsen-Anhalts in der Beschäftigtengrößenklasse von 10 bis 249 Mitarbeitern) zu befragen, so dass nach der Telefonbefragung n=1.050 Fälle zur Auswertung zur Verfügung stehen. Neben der Schichtung nach Beschäftigtengrößenklasse erfolgte nach Auswertung der Wirtschaftsstruktur des Bundeslandes eine zweite Schichtung nach Wirtschaftssektoren, um die Repräsentativität der Stichprobe zu gewährleisten.

Neben der quantitativen Befragung wurden und werden weiterführende qualitative Interviews mit ausgewählten Unternehmen geführt, welche für die Untersuchung als besonders relevant erscheinen. Eine Zusammenarbeit mit den für Demografiefragen zuständigen Mitarbeitern in den Kammern des Landes (IHKs, HWKs und Kammern freier Berufe) und die Vernetzung zu anderen Projekten wie beispielsweise „Lernen vor Ort Dessau-Roßlau“ hat bereits begonnen. Experteninterviews mit INQA-Mitarbeitern und Unternehmen, die für ihre Best-Practice-Beispiele ausgezeichnet wurden, sollen zudem Möglichkeiten des Umgangs mit dem demografischen Wandel verdeutlichen und den Blick über den Tellerrand Sachsen-Anhalt hinaus ermöglichen.

Mit Hilfe der oben aufgeführten Methoden werden die Mitarbeiter u.a. folgende Thesen bearbeiten:

- Sachsen-Anhalts klein- u- mittelständische Unternehmen sind sich der Auswirkungen des demografischen Wandels auf ihre wirtschaftliche Situation nicht vollends bewusst. Daher werden bisher nur wenige Maßnahmen getroffen, um eine demografiefeste Belegschaft aufrecht zu erhalten. Außerdem haben sie die zukünftig veränderte Nachfragestruktur und das Ausmaß des Potentials der Anpassung ihrer Produkte noch nicht erkannt.
- Kleinere Unternehmen stellen sich Demografiefragen seltener als größere Unternehmen.
- Neben der Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften stellt die Weitergabe von firmenspezifischem Wissen das größte Problem dar.
- Angebote von diversen Netzwerken, die den Auswirkungen des demografischen Wandels begegnen, werden nur wenig genutzt.
- Eine gezielte Ansprache älterer Kunden („Seniorenmarketing“) erfolgt bisher nicht und selbst wenn, dann steigert die spezielle Kennzeichnung für Senioren die Produkte und Dienstleistungen nicht automatisch die Attraktivität des Angebots.

Zum Austausch und zur Information wurden und werden Fachtagungen und Kongresse besucht, um neue Entwicklungen in der Praxis zu beobachten und entsprechend in die Forschung aufzunehmen.