

# Befragung zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Unternehmen im Landkreis Verden 2020

## Ergebnisbericht



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Europäischer Sozialfonds  
für Deutschland



Europäische  
Union

*Zusammen.  
Zukunft.  
Gestalten.*



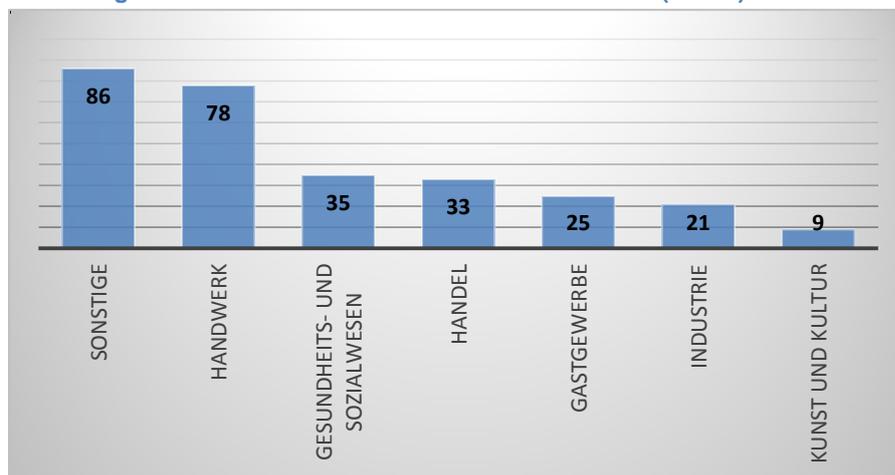
## Einleitung

Seit 2011 führt die Fachkräfteoffensive der Wirtschaftsförderung des Landkreises Verden in regelmäßigen Abständen kreisweite Unternehmensbefragungen zur Fachkräftesituation vor Ort durch. Im Frühjahr 2020 sollte ursprünglich die 4. Befragung stattfinden. Doch kurz zuvor kam der Lockdown und damit kaum vorhersehbare Veränderungen unser aller Leben. Deshalb wurde ein komplett neuer Fragebogen entwickelt, der die aktuelle wirtschaftliche Situation auf Grund der Corona-Pandemie im Landkreis Verden möglichst umfassend und prägnant erfasst. Der Fokus der vorliegenden Befragungsergebnissen liegt auf den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf die hiesige Wirtschaft. Gefragt wurde nach Lösungsstrategien der Unternehmen, die Auswirkungen auf den Ausbildungsmarkt, sowie nach aktuellen Bedarfen an Beratungen und Fortbildungen. Im Gegensatz zu den vorangegangenen Unternehmensbefragungen wurden in diesem Jahr auch Solo-Selbstständige angesprochen. Die Ergebnisse beziehen sich auf den September 2020, mit dem erneuten „Lockdown-light“ kann sich die Lage bereits wieder anders darstellen.

## Teilnahme an der Befragung

Die Befragung fand vom 08.09.2020 bis zum 25.09.2020 online statt. Insgesamt konnten 1.198 Unternehmen per E-Mail auf Grundlage der Unternehmensdatenbank des Landkreises Verden erreicht werden. Da diese Datenbank nicht vollständig ist und möglichst alle im Landkreis Verden ansässigen Unternehmen die Möglichkeit zur Teilnahme haben sollten, wurde außerdem in der örtlichen Presse auf die Befragung aufmerksam gemacht. Insgesamt haben 309 Unternehmen den Befragungslink aufgerufen, 289 haben aktiv Fragen beantwortet und 234 Unternehmen haben die Befragung bis zum Ende durchgeführt. Auf Grund der Presseartikel gab es lediglich Rückmeldungen von 5 Unternehmen. Daraus ergibt sich eine Rücklaufquote auf Grundlage der per E-Mail eingeladenen Unternehmen von 23,7%, was einem sehr guten Wert bei Unternehmensbefragungen entspricht.

Abbildung 1: Teilnehmende Unternehmen nach Branche (n=287).

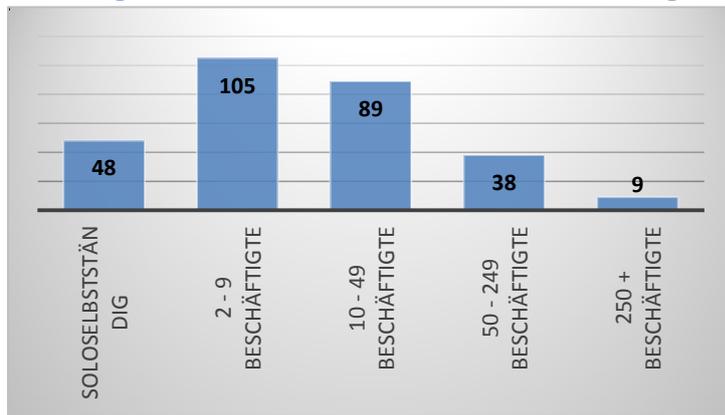


Gefragt nach der Branche nutzte ein Großteil der Befragten die Kategorie „Sonstige“, anhand der offenen Angaben lässt sich sagen, dass es sich dabei insbesondere um Dienstleistungen (z.B. Fotografie, Coaching, Taxi, Personaldienstleistungen), aber auch Unternehmen aus der Land- und Forstwirtschaft handelt.

Eine sehr hohe Beteiligung an der Befragung ist für das Handwerk zu beobachten, es folgen das Gesundheits- und Sozialwesen, der Handel, das Gastgewerbe und die Industrie, aus dem Bereich Kunst und Kultur gab es lediglich 9 Teilnehmende.

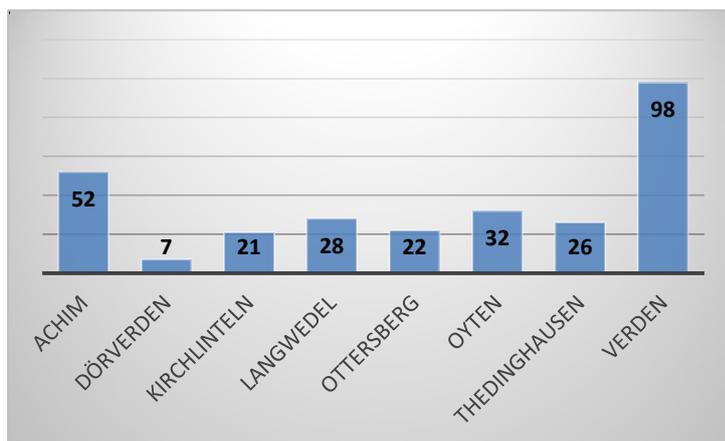
Die Branchen wurden bewusst grob abgefragt, um für weitere Berechnungen ausreichend hohe Fallzahlen zu haben.

Abbildung 2: Teilnehmende Unternehmen nach Beschäftigtenzahl (n=289).



Der Großteil der teilnehmenden Unternehmen hat zwischen 2 und 49 Beschäftigte, weiter nahmen 48 Soloselbstständige teil, eine Beschäftigtenzahl über 250 gaben lediglich 9 Unternehmen an.

Abbildung 3: Teilnehmende Unternehmen nach Standort (n=286).



Fast 100 der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Sitz in der Stadt Verden, weitere 52 sind in Achim ansässig, aus Dörverden nahmen 7 Unternehmen teil.

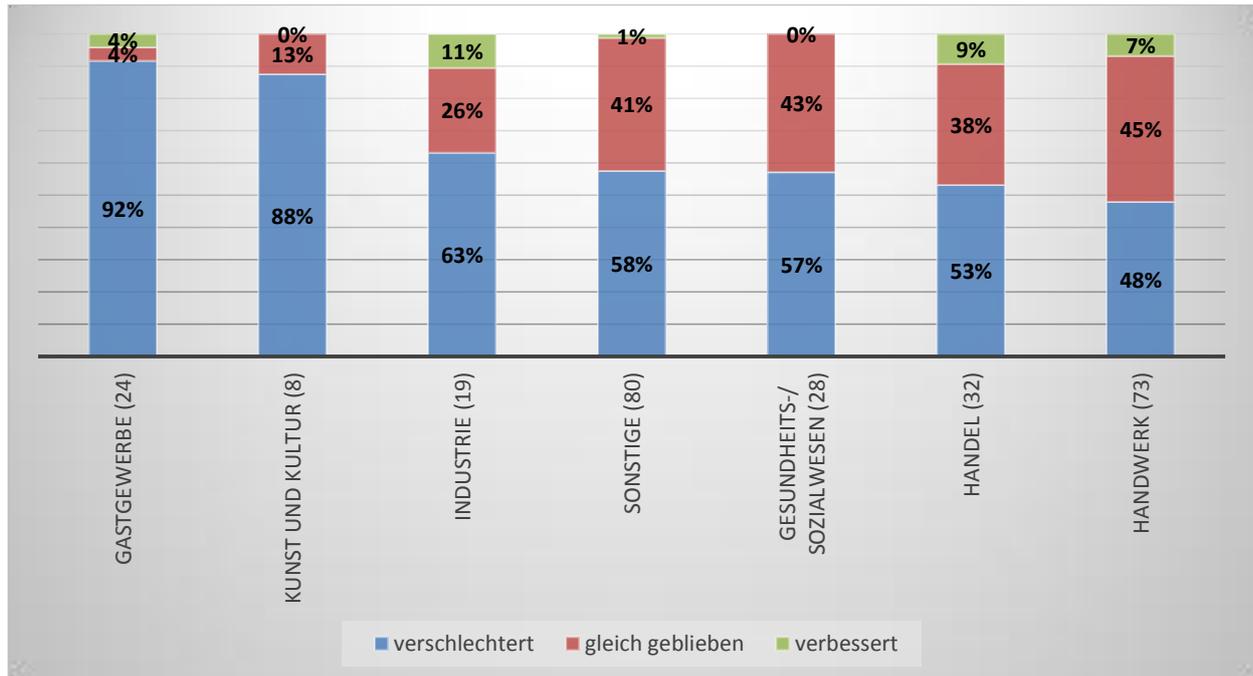
## Auswirkungen der Pandemie auf die Unternehmen

Die Unternehmen wurden gebeten ihre Geschäftslage vor und während der Corona-Pandemie einzuschätzen. Die daraus gebildete Differenz gibt an, ob sich die Geschäftslage verbessert oder verschlechtert hat bzw. gleichgeblieben ist. Mehr als die Hälfte (155) gab an, dass sich die Geschäftslage verschlechtert hat, in lediglich 12 Fällen kam es zu einer Verbesserung.

Dabei lassen sich teils große Unterschiede zwischen den Branchen feststellen. Am stärksten betroffen zeigten sich das Gastgewerbe und der Bereich Kunst und Kultur.

Das Handwerk zeigte sich am wenigsten betroffen, dennoch gab auch hier fast die Hälfte an, dass sich die Geschäftslage verschlechtert hat. Insbesondere Bäcker und Fleischer, die einen wesentlichen Anteil ihres Umsatzes über Catering-Angebote bzw. das Angebot von Cafés oder Mittagstischangeboten machen, sind stark von der Pandemie betroffen. Das Friseurhandwerk hatte größere Einbußen im April und Mai und im Anschluss bis heute durch die verschärften Abstands- und Hygieneregeln, wodurch weniger Kundschaft bedient werden kann. Im Bereich Handel konnten teils Lösungen gefunden werden, indem beispielsweise kurzfristig Onlineangebote ausgebaut wurden

Abbildung 4: Wie hat sich die Geschäftslage durch die Corona-Pandemie verändert? (n=264).



Entsprechend der veränderten Geschäftslage wird auch die Umsatzentwicklung für das Jahr 2020 eingeschätzt. Knapp ein Fünftel der Unternehmen gehen von keiner Umsatzveränderung aus, 11% gehen sogar von einer Umsatzsteigerung aus. Ein Großteil von 64% geht jedoch von einem Umsatzrückgang aus. Von jenen Unternehmen, die einen Umsatzrückgang erwarten gab ein Viertel an, dass sie von einem Verlust von 50% bis 100% ausgehen und damit massiv in ihrer Existenz bedroht sind.

Abbildung 5: Erwartete Umsatzentwicklung in 2020 (n=270).

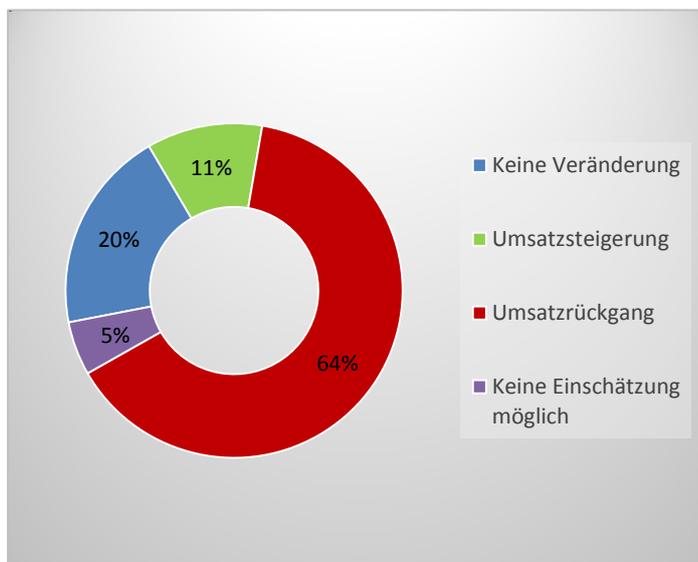


Abbildung 6: Höhe des erwarteten Umsatzrückgangs (n=173).

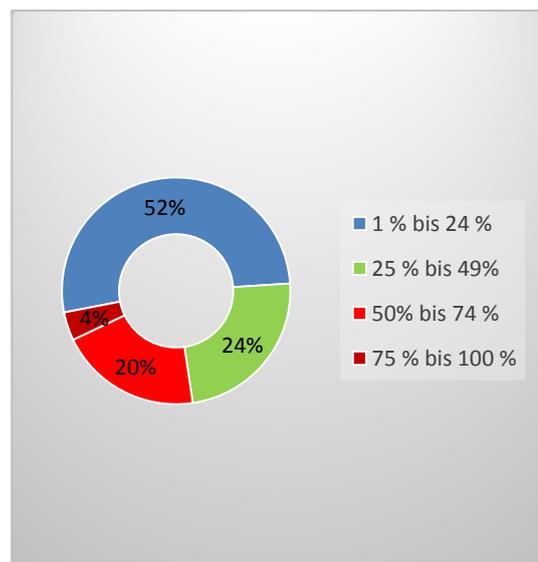
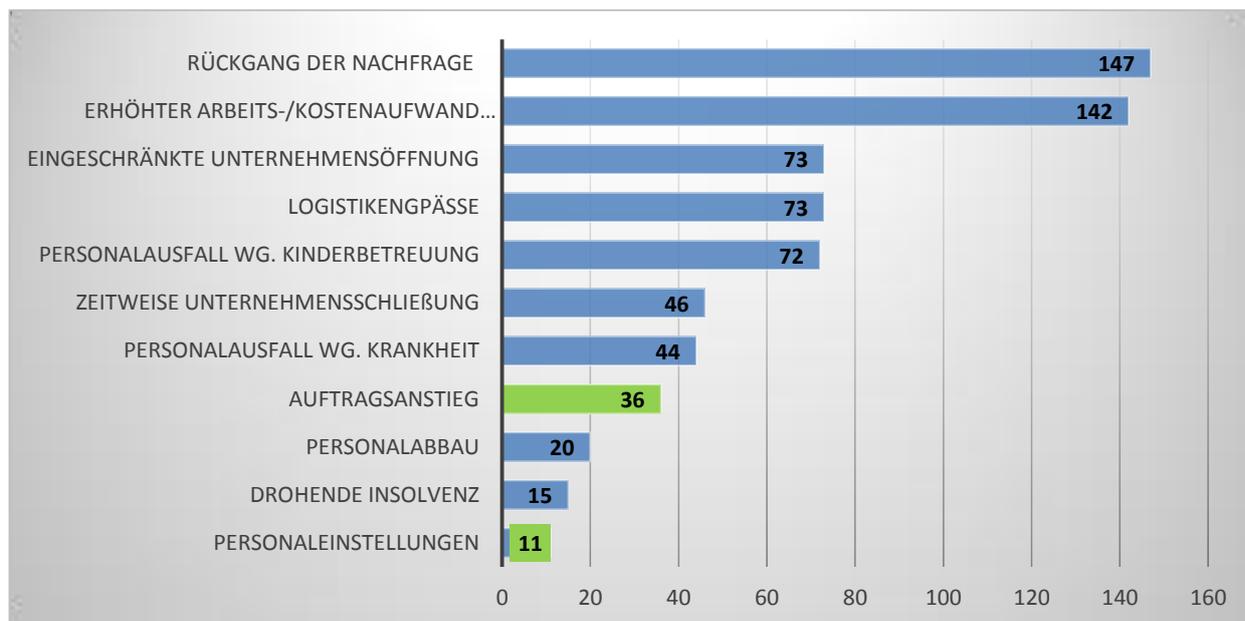


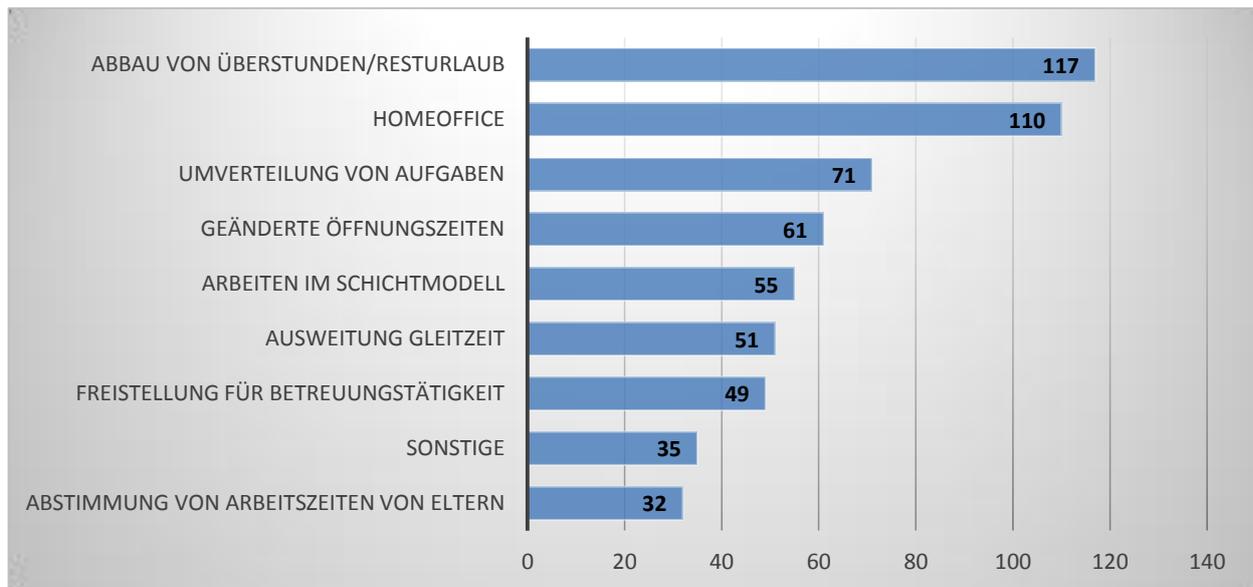
Abbildung 7: Konkrete Auswirkungen der Pandemie auf die Unternehmen (n=265, Mehrfachnennungen möglich).



Die meisten befragten Unternehmen gaben an, dass es einen Nachfragerückgang an Produkten und Dienstleistungen gab, diese Aussage lässt sich für alle befragten Branchen feststellen. Gleiches gilt für einen erhöhten Arbeits- und Kostenaufwand auf Grund von Schutzmaßnahmen. Von einer eingeschränkten Öffnungszeit sowie zeitweiser Unternehmensschließung berichteten besonders das Gastgewerbe, sowie das Gesundheits- und Sozialwesen. Logistikengpässe wurden besonders von der Industrie und dem Handel berichtet. Personalausfälle auf Grund von fehlender Kinderbetreuung wurden deutlich häufiger als Ausfälle auf Grund von Krankheit genannt. Insgesamt gaben Unternehmen mit einer höheren Beschäftigtenzahl an, verstärkt Personalausfälle gehabt zu haben. 20 Unternehmen mussten Personal abbauen und in 15 Fällen drohte die Insolvenz. Jedoch berichteten auch 35 Unternehmen von einem Auftragsanstieg und 11 nahmen gar Personaleinstellungen vor.

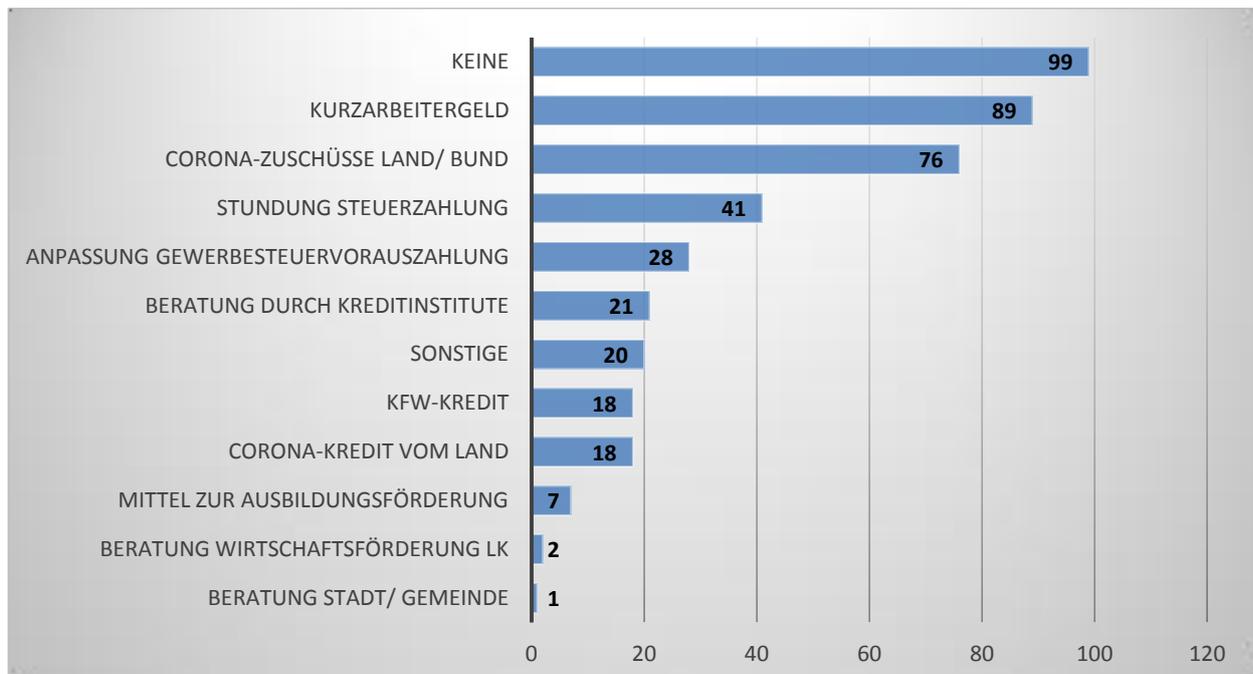
Die Eindämmung der Pandemie und deren Auswirkungen erforderten Maßnahmen auf Seiten der Unternehmen. Dabei bedienten sich viele Betriebe zunächst dem Abbau von Überstunden bzw. Resturlaub. 110 Unternehmen gaben an, vermehrt die Möglichkeit von Home-Office zu nutzen, dabei bestand diese Möglichkeit bereits bei 100 dieser Unternehmen. Offen bleibt, inwieweit der zeitliche Umfang weiter ausgebaut wurde, oder die Möglichkeit für weitere Beschäftigte erschlossen wurde. Einige Unternehmen nutzten zeitliche Aspekte wie geänderte Öffnungszeiten (n=61), arbeiten im Schichtmodell (n=55) oder die Ausweitung der Gleitzeit (n=51). Um die Betreuung von Kindern zu ermöglichen boten 49 Unternehmen eine Freistellung für diesen Zweck an. 32 Unternehmen gaben an, dass die elterlichen Arbeitszeiten auch zwischen unterschiedlichen Arbeitgebern aufeinander abgestimmt wurden. Daneben wurden von den Unternehmen „Kohortenbildung“, die „Erweiterung des Angebotes“, „Durchführung von Reparaturarbeiten“ oder die „Aufteilung von Teams“ genannt. Natürlich bedingen auch hier die Unternehmensgröße, sowie die Branche das Spektrum der Möglichkeiten.

**Abbildung 8: Maßnahmen zum Erhalt der Arbeitsfähigkeit und zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf (n=277, Mehrfachnennungen möglich)**



Neben den Unternehmensinternen Maßnahmen, bestanden/ bestehen auch Möglichkeiten der externen Beratung und Unterstützung. Am häufigsten wurde Kurzarbeitergeld beantragt, es folgten Corona Zuschüsse vom Land/ Bund und Steueranpassungen. Kredite vom Land oder der KfW wurden nur von wenigen Unternehmen in Anspruch genommen. Möglichkeiten der Beratung durch die Wirtschaftsförderungen oder die Städte und Gemeinden wurden kaum genutzt. Mittel zur Ausbildungsförderung wurden von 7 Unternehmen beantragt. 99 Unternehmen und damit die meisten gaben an keine Beratung oder Unterstützung in Anspruch genommen zu haben. Dies liegt jedoch nicht ausschließlich an einem fehlenden Bedarf, sondern auch an fehlender Passgenauigkeit zwischen Unternehmen und Unterstützungsvoraussetzungen.

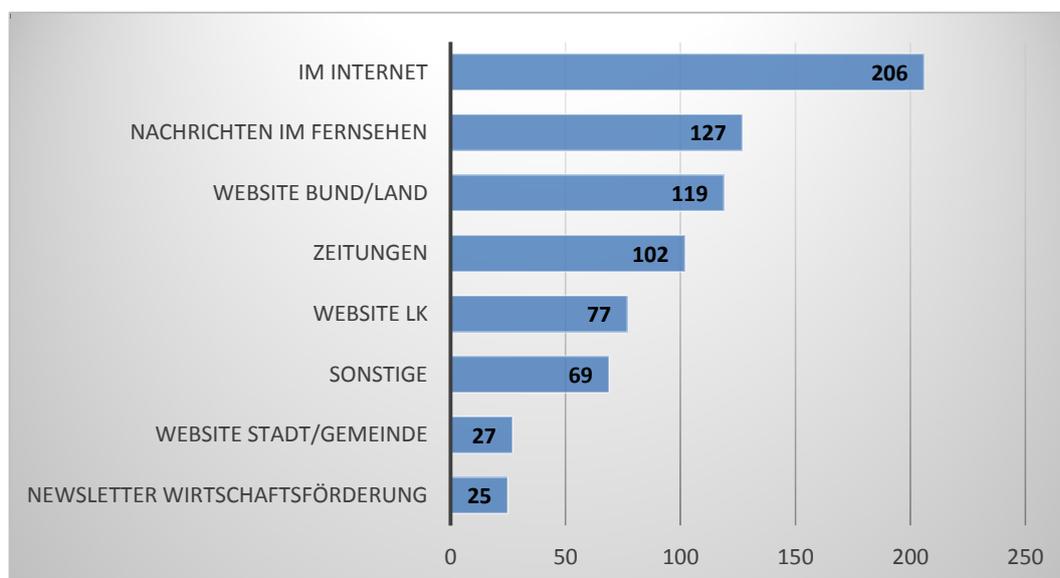
**Abbildung 9: Genutzte Beratungs- und Unterstützungsleistungen (n=265, Mehrfachnennungen möglich).**



## Genutzte Informationswege

Insgesamt bedienen sich die Unternehmen einem breiten Spektrum von Informationskanälen. Neben den standardisiert abgefragten Möglichkeiten (vgl. Abbildung 10), wurden zahlreiche weitere Wege beschrieben. Dazu zählten Newsletter von IHK, HWK, Dehoga u.a., Steuerberatungen, Informationen von der Bundesagentur für Arbeit oder dem Fachdienst Gesundheit des Landkreises Verden, über kollegialen Austausch oder soziale Medien und Radio bis hin zu Webinaren für spezielle Branchen.

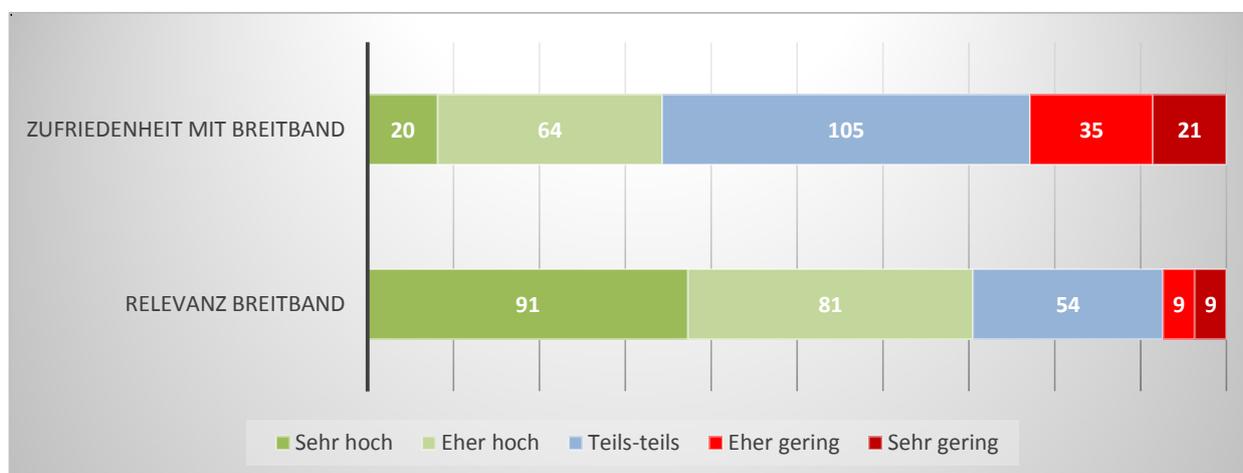
Abbildung 10: Informationswege während der Pandemie (n=265, Mehrfachnennungen möglich)



## Digitalisierung

42% der Unternehmen nutzten die Zeit des Lockdowns, um an innovativen Ideen zu arbeiten. 46% gaben an verstärkt auf die Digitalisierung zu setzen und die Hälfte aller Unternehmen gab an von der Digitalisierung zu profitieren. Die Krise hat vielerorts die Innovationsfähigkeit herausgefordert und die Digitalisierung weiter und schneller vorangetrieben. Die teilnehmenden Unternehmen konnten auf einer fünfstufigen Skala angeben, wie relevant der Breitbandzugang für ihr Unternehmen ist, gleichzeitig konnten sie die Zufriedenheit mit dem Breitbandzugang vor Ort bewerten.

Abbildung 11: Zufriedenheit (n=245) mit dem Breitbandzugang und dessen Relevanz (n=244).



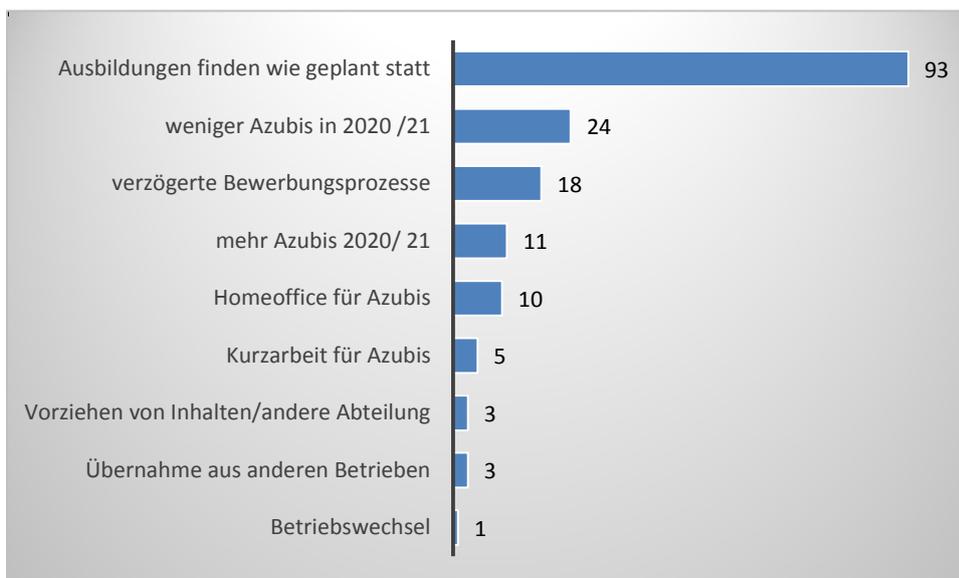
Dem Breitbandzugang wird insgesamt eine hohe Relevanz zugeschrieben (70% sehr bzw. hohe Relevanz). Gemessen an der hohen Relevanz, fällt die Zufriedenheit mit dem Breitbandzugang eher gering aus (34% sehr bzw. eher zufrieden).

Die höchste Relevanz gab dabei die Industrie mit 100% an, gefolgt vom Handel (82%). Die geringste Relevanz wurde im Gesundheits- und Sozialwesen angegeben (46%). Hinsichtlich der Zufriedenheit mit dem Breitband lassen sich keine großen Unterschiede zwischen den Branchen beobachten, jedoch sind örtliche Unterschiede feststellbar. So ist die Zufriedenheit in den Gemeinden Kirchlinteln (18%) und Thedinghausen (19%) am geringsten und in Verden mit 47% und Ottersberg mit 61% am höchsten. Weiterhin wurde die Zufriedenheit mit dem Breitbandzugang von jenen Unternehmen positiver eingeschätzt, die bereits vor der Pandemie Home-Office nutzten. Allgemein wird auch die Relevanz höher angegeben, sofern die Möglichkeit von Home-Office besteht.

## Ausbildung und Praktikum

Die Auswirkungen der Pandemie betreffen auch den Übergang von der Schule in den Beruf. Anhand der Befragungsergebnisse lassen sich bisher nur geringe Auswirkungen auf das Ausbildungsgeschehen feststellen, jedoch setzen viele Unternehmen derzeit Praktika aus, die gerade bei der Berufsorientierung einen hohen Stellenwert haben.

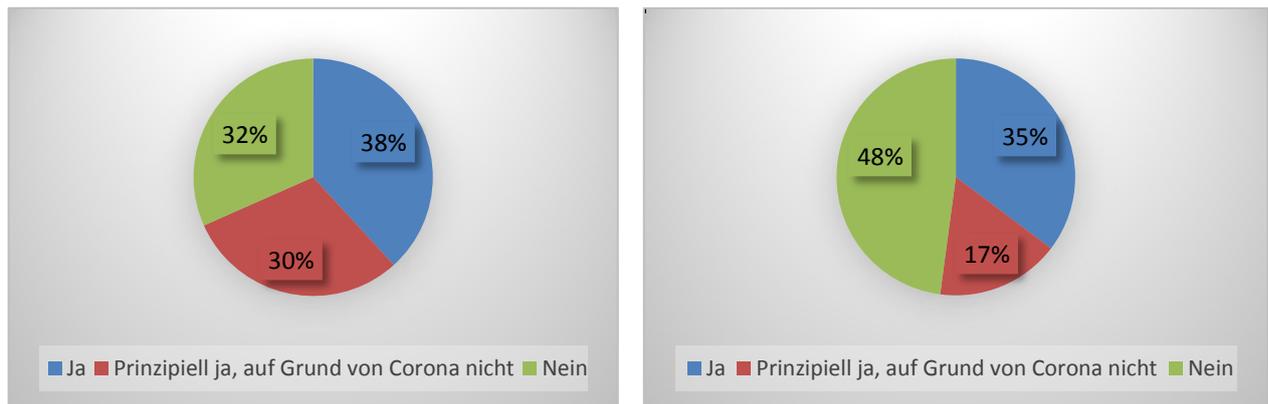
**Abbildung 12: Auswirkungen der Pandemie auf das Ausbildungsgeschehen (n=263, Mehrfachnennungen möglich).**



Von den befragten Unternehmen gaben 114 an generell nicht auszubilden, in 93 Fällen finden die Ausbildungen wie geplant statt. Zu verzögerten Bewerbungsprozessen kam es insbesondere im Gesundheits- und Sozialwesen, sowie im Handwerk. Glücklicherweise kam es bisher noch zu keinen Umstellungen auf

Ausbildungen in Teilzeit und zu keinen Auflösungen von Ausbildungsverträgen.

Abbildung 13: Bieten Sie in Ihrem Unternehmen Praktika an. Links: Für Schülerinnen und Schüler (n=259) rechts für Studierende (n=238).

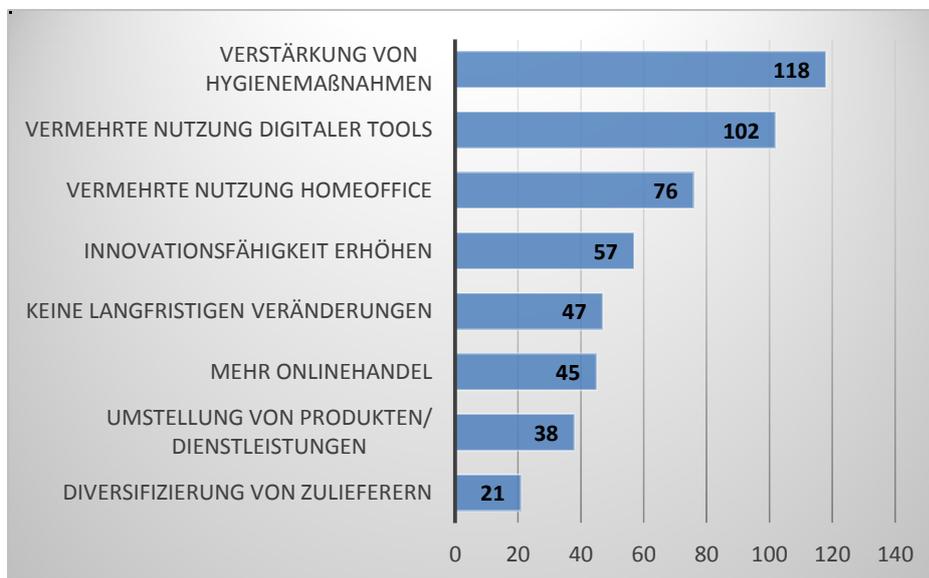


Generell werden mehr Praktika für Schülerinnen und Schüler angeboten als für Studierende. Dies hängt mit der Wirtschaftsstruktur vor Ort zusammen. Im Zuge der Pandemie setzt jedoch ein höherer Anteil an Unternehmen Praktika für Schülerinnen und Schüler aus als für Studierende. Dies stellt insbesondere die Berufsorientierung vor gewisse Herausforderungen.

## Fortbildungs- und Beratungsbedarfe

Wie die bisherigen Ergebnisse zeigen, hat die COVID-19 Pandemie bereits für viele Veränderungen in den Unternehmen im Landkreis Verden gesorgt. Und einige dieser Neuerungen werden auf Dauer bestehen bleiben. Die Teilnehmenden wurden daher gefragt, welche langfristigen Veränderungen sie für ihr Unternehmen sehen.

Abbildung 14: Langfristige Veränderungen in den Unternehmen (n=271, Mehrfachantworten möglich).



Neben verstärkten Hygienemaßnahmen zeigt sich auch hier der Trend einer fortschreitenden Digitalisierung von Arbeitsprozessen und flexibler Arbeitsgestaltung. 47 der befragten Unternehmen sehen jedoch auch langfristig keinerlei Veränderungen auf Grund der Pandemie, der Großteil der Unternehmen geht

jedoch von dauerhaften Veränderungen aus.

Der Trend zur weiteren Digitalisierung zeigt sich weiter in den aktuell gewünschten Fortbildungsformaten. So wünschen sich 124 Unternehmen Online-Schulungen, Präsenzveranstaltungen verteilen sich auf „Branchenspezifische Angebote in externen Schulungsräumen“ (59), „Externe offene Angebote in Schulungsräumen“ (55) und „Inhouse-Schulungen“ (53). Die nachgefragten Fortbildungsthemen können der nachstehenden Tabelle entnommen werden. 92 Unternehmen gaben keinen spezifischen Bedarf an.

Tabelle 1: Gewünschte Fortbildungsthemen (n=255, Mehrfachantworten möglich).

Fortbildungsthema	Anzahl Nennungen
Nachhaltigkeit	45
Arbeitgeberattraktivität	43
Nutzung von Online-Plattformen für die virtuelle Zusammenarbeit	41
Gesundheitsprävention	31
Kommunikative Kompetenz	25
EDV-Anwendungen	24
Deutschkurse für Beschäftigte/Azubis	24
Steigerung der Kreativität	24
Technische Entwicklungen	23
Umgang mit Beschäftigten im Homeoffice	21
Sicherheit und Arbeitsschutz	20
Qualitätsmanagement/Controlling	17
Sonstige	15
Fremdsprachenkurse für Beschäftigte/Azubis	10
Gender/Diversity	5

Gefragt nach gewünschten Beratungsformaten, steht die individuelle persönliche Beratung weiterhin an erster Stelle (93 Nennungen), 62 Unternehmen wünschen sich einen Austausch mit Unternehmen aus der eigenen Branche, ebenso viele würden Online-Coachings in Anspruch nehmen. Der Austausch mit anderen Unternehmen der Branche wurde insbesondere für die Bereiche Gastgewerbe und Gesundheits- und Sozialwesen genannt, in der Industrie besteht diesbezüglich kaum Bedarf.

Auch hier konnten die Unternehmen angeben, zu welchen Themen sie Beratungsbedarf haben.

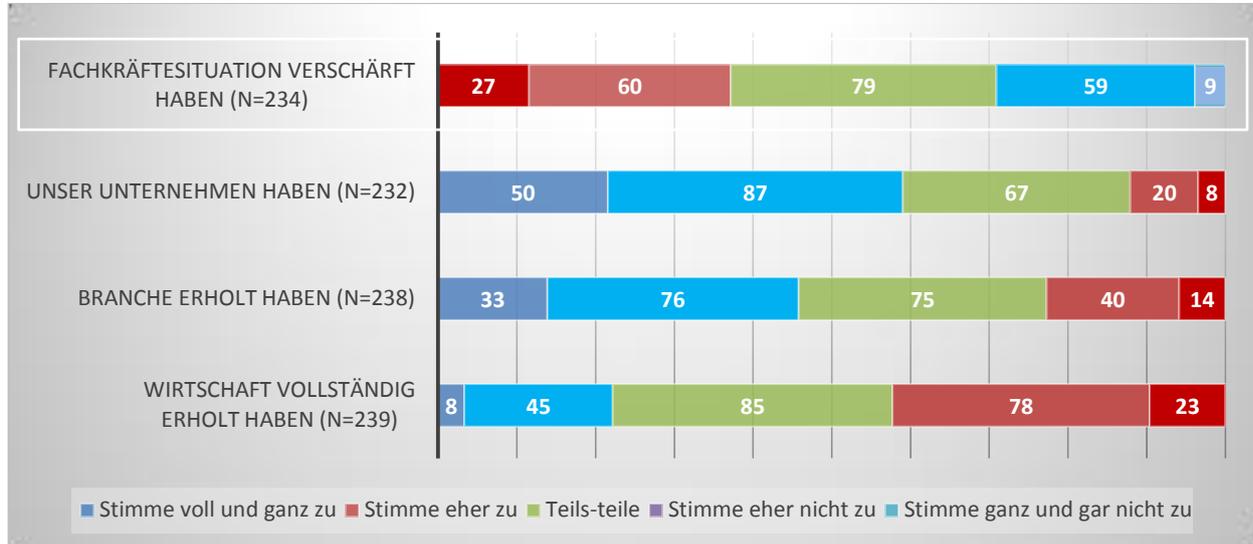
Tabelle 2: Gewünschte Beratungsthemen (n=251, Mehrfachnennungen möglich).

Beratungsthemen	Anzahl Nennungen
Suche nach neuem Personal	54
Digitalisierung	50
Erschließung weiterer finanzieller Förderungen	44
EU-Förderprogramme	41
Aufbau neuer Netzwerke	35
Unternehmensnachfolge	27
Identifizierung neuer Geschäftsfelder	25
Sonstiges	21
Schutz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Infektionen	18
Arbeitgebermarkenbildung	12
Umstellung von Arbeitsprozessen	11
Fachkräfteeinwanderungsgesetz	8
Duale Ausbildung	5
Neue Arbeitszeitmodelle	4

## Zum Abschluss ein Blick in die Zukunft

Zum Abschluss konnten die Unternehmen noch eine Prognose für die kommenden 3 Jahre abgeben.

Abbildung 15: In den kommen 3 Jahren wird sich.....



Lesehinweis: Rote Balkenabschnitte geben einen negativen Blick auf die zukünftige Entwicklung wieder.

In Bezug auf die allgemeine Wirtschaft ist der Blick wenig optimistisch. Nur 53 Unternehmen gehen von einer vollständigen Erholung der Wirtschaft in den kommenden drei Jahren aus. 101 Unternehmen halten eine vollständige Erholung für wenig realistisch. Anders blicken die Befragungsteilnehmerinnen und Befragungsteilnehmer auf ihre eigenen Unternehmen. Hier herrscht eher ein positiver Blick in die Zukunft. 137 gehen davon aus, dass sich ihr Betrieb in den kommenden 3 Jahren vollständig von der Pandemie erholt haben wird, jedoch gehen 28 nicht von einer baldigen Erholung aus.

Quelle Titelbild: <https://www.pexels.com/de-de/foto/gesundheit-krankenhaus-medizinisch-schutz-3786120/>.