
Analysen und Empfehlungen für ein neues Außenwirt- schaftskonzept für Sachsen- Anhalt

Anhang zum Bericht für das Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt

Magdeburg

Auftrag: 0.0655209.001



"PwC" bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Fragebogen	4
2. Übersicht über Messförderprogramme in den einzelnen Bundesländern.....	25
3. Auswertung sämtlicher Fragen.....	29
a) Messförderung des Landes Sachsen-Anhalt	29
b) Angebote der Außenwirtschaftsförderung	37
c) Auslandsmarkterschließung	42
d) Bedeutung von Innovationen und F&E	53
e) Personalwirtschaft der befragten Unternehmen	58
f) Weiterbildung von Mitarbeitern	65
g) Merkmale der teilnehmenden Unternehmen	67
4. Auswertung der Branchenzugehörigkeit.....	70

Aus rechentechnischen Gründen können in den Tabellen und Abbildungen
Rundungsdifferenzen in Höhe von \pm einer Einheit (€, % usw.) auftreten.

1. Fragebogen

Entwicklung eines neuen Außenwirtschaftskonzepts für Sachsen-Anhalt - Willkommen zur aktuellen Umfrage

Auftraggeber und Zweck der Umfrage

Das Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt hat uns, die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC), mit der Erarbeitung eines neuen Außenwirtschaftskonzepts beauftragt. In diesem Rahmen werden die Unternehmen des Landes befragt.

Durchführung, Auswertung und Datenschutz

Die Umfrage wird als **anonyme** Online-Befragung durchgeführt. Der Fragebogen wurde so kurz wie möglich gehalten, die Beantwortung der Fragen dauert etwa zehn bis fünfzehn Minuten.

Ihre Antworten werden verschlüsselt auf einen externen Server übertragen. Eine Zuordnung der Antworten zu den Teilnehmern ist nicht möglich.

Falls Sie einzelne Fragen nicht beantworten können oder möchten, können Sie diese Fragen überspringen. Sie können die Beantwortung auch unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt fortsetzen. Hierfür müssen in Ihrem Browser Cookies aktiviert sein.

Bei **Rückfragen** steht Ihnen das Evaluationsteam von PwC (Herr Dr. Thorsten Stegh; Tel.: 030 2636-1426; evaluation@de.pwc.com) gerne zur Verfügung.

Für Ihre Unterstützung danken wir Ihnen sehr herzlich!

* 1. Bitte geben Sie hier das dreistellige Kennwort ein, das Sie auf dem

Einladungsschreiben finden:

2. Gehört Ihr Unternehmen zu einer der folgenden Branchen? (Die Auswahl erscheint, wenn Sie den Pfeil anklicken.)

3. In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet?

4. Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an: Ihr Unternehmen ...

- ist eigenständig und hat seinen (Haupt-) Sitz in Sachsen-Anhalt
- gehört zu einem Konzern/einer Gruppe, die ihren Sitz in einem anderen Bundesland hat
- gehört zu einem Konzern/einer Gruppe, die ihren Sitz in einem anderen Land hat

5. Welche Bedeutung hat die Teilnahme an ausländischen oder überregionalen Messen für Ihr Unternehmen?

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (absolut unwichtig) bis 10 (sehr wichtig)

	absolut unwichtig	1	2	3	4	5	6	7	8	9	sehr wichtig	10
Bedeutung von Messen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Hat Ihr Unternehmen an Messen im Ausland oder an überregionalen Messen in Deutschland teilgenommen?

- Ja
 Nein

***7. Ist Ihnen die Messförderung des Landes Sachsen-Anhalt bekannt?**

- Ja
 Nein

***8. Haben Sie die Messförderung des Landes Sachsen-Anhalt genutzt?**

- Ja
 Nein

***9. Wie wurden Sie auf die Messförderung des Landes Sachsen-Anhalt aufmerksam? (mehrere Antworten möglich)**

- Broschüren
 Geschäftspartner/andere Unternehmen
 Wirtschaftsverbände
 Industrie- und Handelskammer
 Handwerkskammer
 Förderdatenbank
 Informationsveranstaltung des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft
 Internetseiten des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft
 Internetseiten der Investitionsbank Sachsen-Anhalt
 Ich habe selbst nach einem Förderprogramm gesucht
 Sonstiges (bitte im Kommentarfeld spezifizieren)

14. Inwieweit entspricht die gewährte Förderung Ihrem Antrag? Falls Sie die Messförderung des Landes mehrfach genutzt haben, beziehen Sie sich bitte auf den letzten genehmigten Antrag.

	entspricht gar nicht									entspricht in vollem Umfang
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gewährte Förderung entspricht Ihrem Antrag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***15. Welche der folgenden Ergebnisse hatte diese Messebeteiligung? Falls Sie die Messförderung des Landes mehrfach genutzt haben, beziehen Sie sich bitte auf die letzte Messe. (mehrere Antworten möglich)**

- Durch Präsenz auf der Messe erfolgreich in der Branche etabliert
- Kunden gewonnen
- Bestehende Geschäftsbeziehungen vertieft/ gepflegt
- Vertriebspartner im Exportmarkt gewonnen
- (durch Gespräche, Präsentationen etc.) Ideen für neue Produkte oder Prozess-Verbesserungen bekommen
- Kontakte zu ausländischen Unternehmen
- Kontakte zu politischen oder administrativen Entscheidungsträgern im Zielmarkt
- Kontakte zu (potenziellen) Mitarbeitern
- Kein Ergebnis
- Ein anderes Ergebnis, und zwar:

16. Hatte die Messeteilnahme Geschäftsabschlüsse zur Folge?

- Ja
- Zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht, die Kontakte müssen noch vertieft werden
- Nein, diese Messe hat definitiv keine neuen Geschäftsabschlüsse gebracht

***17. Gibt es Messen, an denen Sie sich gerne beteiligen würden, für die es aber keine Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt gibt?**

Ja

Nein

Wenn ja: welche?

***18. Würden Sie die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt weiterempfehlen?**

Ja

Nein

Wenn nein: Warum würden Sie die Messeförderung nicht weiterempfehlen?

19. Wie wahrscheinlich wäre Ihre Teilnahme an der Messe ohne die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt gewesen? Bitte beziehen Sie sich hier auf die letzte geförderte Messeteilnahme.

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich)

	sehr unwahrscheinlich								sehr wahrscheinlich	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Teilnahme an der Messe ohne Messeförderung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die zukünftige Ausgestaltung der Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt?

21. Sie kennen die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt, haben sie aber bisher nicht genutzt. Bitte kreuzen Sie die Gründe an, aus denen Sie die Messeförderung nicht genutzt haben:

(mehrere Antworten möglich)

- Unser Unternehmen hat ohne Förderung an Messen teilgenommen
- Eine Messteilnahme ist generell mit zu großem Aufwand verbunden
- Wir haben bisher noch keine Messteilnahme in Erwägung gezogen
- Für unser Unternehmen relevante Messen waren nicht förderfähig
- Antrag wurde nicht bewilligt
- Antragstellung erschien zu aufwändig
- Der für die Förderung notwendige Eigenanteil war nicht finanzierbar
- Eine Messteilnahme wäre interessant, es ist jedoch unklar, welche Messe die richtige wäre
- Produkte sind für die Ausstellung auf Messen nicht geeignet
- Sonstige Gründe (bitte im Textfeld spezifizieren)

22. Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben? (mehrere Antworten möglich)

	bekannt	bekannt und bereits genutzt
Delegationsreisen (Sachsen-Anhalt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmensreisen (Sachsen-Anhalt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Außenwirtschaftsberatung (Sachsen-Anhalt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
"Fit für den Export" (Industrie- und Handelskammern) (Sachsen-Anhalt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AKA-Exportfinanzierungskredite (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auslandsmesseprogramm des Bundes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exportförderprogramm des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bundesgarantien für Direktinvestitionen im Ausland/ ... für ungebundene Finanzkredite an das Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ERP-Exportfinanzierungsprogramm (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exportinitiative Energieeffizienz/ Erneuerbare Energien/ Sicherheitstechnologien und -dienstleistungen (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Exportkreditgarantien (Hermesdeckungen) (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KfW-Programm Refinanzierung bundesgedeckter Exportkredite (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilnahme junger innovativer Unternehmen an internationalen Messen in Deutschland (Bund)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Haben Sie weitere Angebote der Außenwirtschaftsförderung genutzt?

Ja

Nein

Wenn ja: welche?

24. Welche weiteren Angebote der Außenwirtschaftsförderung sind Ihnen bekannt?***25. Auf welchen Märkten sind Sie mit Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen präsent? (mehrere Antworten möglich)**

- Wir sind lokal präsent (Stadt, Umland)
- Wir sind regional präsent (Sachsen-Anhalt)
- Wir sind bundesweit präsent
- Wir sind europaweit präsent
- Wir sind auch außerhalb Europas präsent

***26. Wie viel Prozent des Umsatzes erzielen Sie im letzten Geschäftsjahr durch Geschäfte mit ausländischen Abnehmern (Export)?**

- 0%
- 1-5%
- 6-15%
- 16-30%
- 31-50%
- 51-75%
- 76-100%
- Weiß ich nicht

***27. Ist eines (oder mehrere) Ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen grundsätzlich für den Export geeignet?**

- Ja
- Nein

28. Hätte Ihr Unternehmen die für eine Auslandsmarkterschließung erforderlichen personellen Ressourcen?

- Ja
- Nein

***29. Hätte Ihr Unternehmen die für eine Auslandsmarkterschließung erforderlichen finanziellen Ressourcen?**

- Ja
- Nein

***30. Hätte Ihr Unternehmen die für (zusätzliche) Exportaufträge erforderlichen Kapazitäten?**

- Ja
- Nein

***31. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten drei bis fünf Jahren ausländische Märkte erschließen werden?**

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (absolut unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich)

	absolut unwahrscheinlich										sehr wahrscheinlich	Kann ich nicht beurteilen
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Erschließung ausländischer Märkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Falls die Erschließung ausländischer Märkte für Sie denkbar ist: Welche Märkte bzw. Länder scheinen Ihnen interessant?

33. Falls Sie in der vorherigen Frage Länder bzw. Märkte angegeben haben: Gibt es Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, deren Fremdsprachenkenntnisse für Aktivitäten Ihres Unternehmens in diesen Ländern ausreichen würden?

- Ja
- Nein

***34. Wie hat sich die Bedeutung von Export und Auslandsaktivitäten für Ihr Unternehmen seit 2009 verändert? Die Bedeutung...**

- hat deutlich zugenommen
- hat leicht zugenommen
- ist gleich geblieben
- hat leicht abgenommen
- hat deutlich abgenommen

Wenn für Ihr Unternehmen die Bedeutung von Export und Auslandsaktivitäten **deutlich abgenommen** oder **zugenommen** hat, nennen Sie bitte die wichtigsten Gründe dafür:

***35. Welche Bedeutung werden Export und Auslandsaktivitäten für Ihr Unternehmen zukünftig haben? Die Bedeutung wird ...**

- deutlich zunehmen
- leicht zunehmen
- gleich bleiben
- leicht abnehmen
- deutlich abnehmen

36. Haben Sie Kontakte oder konkrete Geschäftsbeziehungen ins Ausland? Bitte kreuzen Sie die zutreffenden Gruppen an:

(mehrere Antworten möglich)

- Vertriebspartner
- Zulieferer
- Kunden
- Deutsche Auslandshandelskammern
- Hochschulen/Forschungseinrichtungen
- Sonstige

Bitte spezifizieren Sie hier, falls Sie "Sonstige" angekreuzt haben:

37. Falls Sie Geschäftsbeziehungen ins Ausland haben: Wie bzw. durch wen wurden diese Kontakte hergestellt?

- Durch mich bzw. den Geschäftsführer meines Unternehmens
- Durch einen Mitarbeiter des Unternehmens
- Durch Deutsche Auslandshandelskammern
- Durch einen externen Berater
- Durch eine Messebeteiligung (als Aussteller)
- Durch einen Messebesuch (nicht als Aussteller)
- Durch einen Verband
- Durch einen wissenschaftlichen Kooperationspartner (z. B. eine Universität)
- Durch andere eigene Aktivitäten
- Sonstiges

Bitte spezifizieren Sie hier, falls Sie "Durch andere eigene Aktivitäten" oder "Sonstiges" angekreuzt haben:

38. Falls Sie ausländische Zulieferer haben: Bitte schätzen Sie, wie viel Prozent Ihrer Vorleistungen Sie aus dem Ausland beziehen:

Angabe in

Prozent:

39. Im Folgenden sind mögliche Hindernisse und Herausforderungen für die Auslandsaktivitäten von Unternehmen genannt. Bitte geben Sie jeweils auf der Skala von 1 (gar kein Hindernis) bis 10 (sehr großes Hindernis) an, wie groß diese Hindernisse aus Ihrer Sicht sind:

	gar kein Hindernis									sehr großes Hindernis
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Fehlende Marktkennnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unsichere politische und rechtliche Rahmenbedingungen in den Zielmärkten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzierung des Exportgeschäfts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fehlende Absicherung der Risiken des Exportgeschäfts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Probleme bei der Einfuhr von Produkten (z. B. Zoll, Genehmigungen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fehlende Kenntnisse der Sprache oder der Kultur des Ziellandes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fehlende zeitliche/personelle Ressourcen, um ausländische Märkte zu bearbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte spezifizieren Sie hier, falls Sie "Sonstiges" angekreuzt haben:

40. Sind ausländische Investoren an Ihrem Unternehmen beteiligt?

- Ja
 Nein

41. Sind Sie mit dem Ziel, sich international zu vernetzen, Mitglied in Vereinigungen/Organisationen?

- Ja
 Nein

Wenn ja: In welchen?

***42. Wie wichtig ist das Thema Innovation - die Weiterentwicklung sowie Forschung und Entwicklung von Produkten, Prozessen und/oder Dienstleistungen - für Ihr Unternehmen?**

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (absolut unwichtig) bis 10 (sehr wichtig)

	absolut unwichtig	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	sehr wichtig	Kann ich nicht beurteilen
Bedeutung von Innovation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***43. Wie groß ist etwa der Anteil der Aufwendungen für Forschung und Entwicklung bezogen auf den jährlichen Umsatz Ihres Unternehmens?**

- 0%
 0,1-1%
 1,1-3%
 3,1-5%
 5,1-10%
 10,1-20%
 Mehr als 20%
 Weiß ich nicht

44. Wie viele Mitarbeiter Ihres Unternehmens sind überwiegend im Bereich Forschung und Entwicklung tätig?

Mitarbeiter
Forschung und
Entwicklung:
von insgesamt:

***45. Haben Sie Kontakt zu Hochschulen oder Forschungseinrichtungen?**

- Ja, es gab auch bereits eine erste Kooperation
- Ja, es gab auch bereits mehrere Kooperationen
- Ja, es gab aber noch kein konkretes Projekt
- Nein

Wenn Sie bereits Kontakt hatten: Zu welchen Hochschulen/Forschungseinrichtungen?

***46. Sie hatten bisher keinen Kontakt zu Hochschulen oder Forschungseinrichtungen. Können Sie sich vorstellen, zusammen mit einer Hochschule oder Forschungseinrichtung ein Innovationsvorhaben durchzuführen, um ein Produkt oder ein Verfahren (weiter) zu entwickeln?**

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (absolut unvorstellbar) bis 10 (sehr gut vorstellbar)

	absolut unvorstellbar									sehr gut vorstellbar	Kann ich nicht beurteilen
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kooperation mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

47. Welche Maßnahmen ergreifen Sie oder haben Sie ergriffen, um Innovationen (d. h. die Weiterentwicklung sowie Forschung und Entwicklung von Produkten, Prozessen und/oder Dienstleistungen) voranzutreiben? (mehrere Antworten möglich)

- Finanzielle oder personelle Ressourcen für Forschung und Entwicklung bereitstellen
- Neue Mitarbeiter mit entsprechenden Kompetenzen einstellen
- Kooperationen mit Hochschulen oder Forschungseinrichtungen
- An den Hochschulen Themen für Abschlussarbeiten oder Doktorarbeiten anbieten

48. Wer sind die wichtigsten Innovationstreiber* in Ihrem Markt? (mehrere Antworten möglich)

*Mit Innovationstreibern sind hier Akteure (z.B. Unternehmen) gemeint, die Produkte (bzw. Verfahren oder Dienstleistungen) entwickeln oder weiterentwickeln und damit andere Marktteilnehmer dazu bringen, ihre Produkte ebenfalls weiterzuentwickeln.

- Unternehmen im Ausland
 - Internationale Konzerne
 - Kleinere oder mittelständische Unternehmen in Deutschland
 - Größere Unternehmen in Deutschland
 - Hochschulen oder Forschungseinrichtungen
 - Es gibt in meinem Markt keine erkennbaren Innovationstreiber
 - Die Innovationstreiber sind mir nicht bekannt
 - Sonstiges (bitte angeben)
-

49. Wie groß sind Ihre Erfahrungen bzw. die in Ihrem Unternehmen vorhandenen Erfahrungen mit der Markteinführung neuer Produkte und/oder Dienstleistungen?

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (gar keine Erfahrungen) bis 10 (sehr umfangreiche Erfahrungen)

	gar keine Erfahrungen										sehr umfangreiche Erfahrungen
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Erfahrungen mit der Markteinführung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

50. Wie war die Personalentwicklung Ihres Unternehmens in den letzten drei Jahren?

- Personal wurde aktiv abgebaut (z.B. Entlassungen, Abfindungen, Altersteilzeit)
- Personal wurde altersbedingt oder durch eigene Kündigung der Mitarbeiter reduziert
- Mitarbeiterzahl hat sich nicht verändert
- Mitarbeiterzahl hat sich durch Neueinstellungen erhöht
- Sonstiges

Bitte spezifizieren Sie hier, falls Sie "Sonstiges" angekreuzt haben:

***51. Wenn in Ihrem Unternehmen eine Stelle zu besetzen ist: Wie einfach oder schwierig ist es, einen qualifizierten Mitarbeiter zu finden?**

Bitte bewerten Sie die folgenden Aspekte jeweils auf der Skala von 1 (sehr gering) bis 10 (sehr hoch)

	sehr gering	2	3	4	5	6	7	8	9	sehr hoch	Kann ich nicht beurteilen
Anzahl der Bewerber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durchschnittliche Qualifikation der Bewerber im Verhältnis zu den Anforderungen der Stelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

52. Wenn in Ihrem Unternehmen eine Stelle zu besetzen ist: Wie sind die Gehaltsvorstellungen der Bewerber im Verhältnis zu den Anforderungen der Stelle?

Bitte bewerten Sie die folgenden Aspekte jeweils auf der Skala von 1 (völlig unangemessen) bis 10 (absolut angemessen)

	völlig unangemessen								absolut angemessen	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gehaltsvorstellungen der Bewerber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte ergänzen Sie hier ggf. weitere Probleme bei der Gewinnung/Einstellung von Mitarbeitern

53. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können?

Bitte antworten Sie jeweils auf der Skala von 1 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich)

	sehr unwahrscheinlich								sehr wahrscheinlich	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ungeleiteter Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachkraft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingenieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Betriebswirt/Kaufmann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstige Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bitte geben Sie hier an, um welche Art von Mitarbeiter es sich handelt, wenn Sie bei "Sonstige Mitarbeiter" geantwortet haben:

54. Wie gut gelingt es Ihnen, qualifizierte Mitarbeiter langfristig an Ihr Unternehmen zu binden?

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (gelingt gar nicht) bis 10 (gelingt sehr gut)

	gelingt gar nicht 1	2	3	4	5	6	7	8	9	gelingt sehr gut 10
Langfristige Bindung qualifizierter Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

***55. Haben Sie Mitarbeiter verloren, die Sie gerne im Unternehmen gehalten hätten?**

- Ja
 Nein

56. Aus welchen Gründen konnten Sie den/die Mitarbeiter nicht in Ihrem Unternehmen halten?

(mehrere Antworten möglich)

- Lebensgefährtin des Mitarbeiters hat Stelle in einer anderen Region angenommen
 Entwicklungsperspektive war in einem anderen Unternehmen besser
 Fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten
 Mitarbeiter wollte Auslandserfahrung sammeln
 Gehaltsvorstellungen des Mitarbeiters
 Fehlende Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 Sonstiges (bitte spezifizieren):

57. Haben Sie eine der folgenden Maßnahmen getroffen, um Studenten/Absolventen für Ihr Unternehmen zu interessieren?

(mehrere Antworten möglich)

- Praktika angeboten
 Themen für Abschlussarbeiten angeboten
 Absolventen eingestellt
 Sonstiges
 Nein

58. Konnten Sie durch die Maßnahmen einen oder mehrere neue Mitarbeiter gewinnen?

- Ja
- Nein

***59. Sind in Ihrem Unternehmen Mitarbeiter beschäftigt, die vorher nicht in Deutschland beruflich tätig oder wohnhaft waren? (z. B. Absolventen ausländischer Hochschulen)**

- Ja
- Nein
- Weiß ich nicht

60. Können Sie sich vorstellen, Mitarbeiter aus dem Ausland einzustellen, die nicht bereits in Deutschland beruflich tätig oder wohnhaft waren?

Bitte antworten Sie auf der folgenden Skala von 1 (gar nicht vorstellbar) bis 10 (sehr gut vorstellbar).

	gar nicht vorstellbar										sehr gut vorstellbar
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Mitarbeiter aus dem Ausland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

61. Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Weiterbildung von Mitarbeitern?

	völlig unwichtig									sehr wichtig
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Weiterbildung von Mitarbeitern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

62. Würden Sie Mitarbeiter vorübergehend freistellen, um ihnen eine berufsbezogene Weiterbildung (z. B. an einer Hochschule) zu ermöglichen?

Ja

Nein

63. Können Sie sich vorstellen, einen Mitarbeiter für mehrere Monate in eine Forschungseinrichtung zu entsenden, um die technische Kompetenz dieses Mitarbeiters weiterzuentwickeln?

Ja

Nein

64. Können Sie sich vorstellen, Mitarbeiter zum Erlernen von Fremdsprachen oder für andere Fortbildungen teilweise freizustellen?

Ja

Nein

65. Haben Sie noch Anmerkungen zur Situation der Unternehmen in Sachsen-Anhalt?

66. Sehen Sie in den Bereichen Außenwirtschaft, Innovation und Mitarbeiter einen konkreten Förderbedarf, der durch die bestehenden Förderangebote nicht abgedeckt wird?

Abschließend noch zwei Angaben für die Statistik:

67. Welchen Jahresumsatz hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr erwirtschaftet?

- Weniger als 50.000 €
- 50.000 - 100.000 €
- 100.001 - 500.000 €
- 500.001 - 1 Mio. €
- 1 Mio. - 2 Mio. €
- 2 Mio. - 10 Mio. €
- Mehr als 10 Mio. €

68. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr beschäftigt? (Angabe in Vollzeitäquivalenten)

- Keine Mitarbeiter
- 1-3 Mitarbeiter
- 4-10 Mitarbeiter
- 11-20 Mitarbeiter
- 21-50 Mitarbeiter
- 51-100 Mitarbeiter
- 101-250 Mitarbeiter
- Mehr als 250 Mitarbeiter

2. Übersicht über Messerförderprogramme in den einzelnen Bundesländern

Länder	Programm	Was wird gefördert	Förderungsfähige Kosten	max. Förderhöhe	Besonderheit
Baden-Württemberg	Messeförderung Baden-Württemberg	Zur Förderung zugelassen sind gekennzeichnete Messen im Ausland, die nicht von einer anderen öffentlichen Stelle gefördert werden. Nur Gruppenbeteiligung an Auslandsmessen	Standflächenmiete bis zu 50% der nachgewiesenen Flächenkosten Standbau bis zu 25 % des errechneten Förderzuschuss Komplettstand bis zu 50% der Kosten	keine Förderung im Inland EU-Länder, Island, Norwegen, Schweiz bis zu T€ 30 pro Messe; bis zu T€ 3 pro Messeteilnehmer sonstige Länder bis zu T€ 30 pro Messe; bis zu T€ 6 pro Messeteilnehmer	Mind. 3 förderfähige Unternehmen nehmen an derselben Auslandsmesse teil; Abschluss je eines Fördervertrages Nur eine Förderung pro Jahr, max 5 Förderung pro Unternehmen
Bayern	Bayerisches Messebeteiligungsprogramm	Teilnahme an bayerischen Gemeinschaftsständen auf Auslandsmessen	Miete für Ausstellungsflächen, Kosten für den gemeinsamen Ausstellungsstand, Kosten für Anschluss und Verbrauch von Wasser, Strom, Gas und Versicherungen. Die Aufwendungen für einen gemeinsamen Informationsstand, einschließlich der Standbesetzung, sind dann förderfähig, wenn dieser Informationsstand Bestandteil der Gemeinschaftsaktion ist. In besonders begründeten Einzelfällen ist teilweise Einbeziehung der Transportkosten für Exponate möglich.	Zuschuss an den Träger der Messebeteiligung oder in Form einer offiziellen staatlichen Messebeteiligung (Beteiligungsbetrag durch Unternehmen zu erbringen) Die Höhe der staatlichen Beteiligung an den Kosten (Förderungsquote) bestimmt sich nach dem öffentlichen Interesse an der Durchführung der Messebeteiligung und nach der Leistungsfähigkeit der Unternehmen unter Berücksichtigung von Kosten und zu erwartendem Nutzen der Messebeteiligung. Die jeweilige Förderungsquote richtet sich insbesondere nach der Entfernung des Messeortes, dem Erschließungsgrad und den besonderen Problemen des betreffenden Marktes, der außenwirtschaftlichen Bedeutung der Veranstaltung sowie gegebenenfalls weiteren im Benehmen mit dem Messesausschuss festzulegenden Kriterien.	Voraussetzung für die Förderung ist die Aufnahme in das Messebeteiligungsprogramm. Aufnahme bis spätestens zum 31.03 des Vorjahrs.
	Messebeteiligung des Handwerks	Gemeinschaftsbeteiligung und Sonderschauen auf Messen und Ausstellungen im In- und Ausland	Standreservierung und Standmiete, Standbau einschließlich Standardmöblierung, Teppich, Strom- und Wassergebühren, Beschriftung des Gemeinschaftsstandes, Dolmetscher und Standhilfe, Sammeltransport ab Nürnberg oder München, Eintrag in den Messekatalog und in das Ausstellerverzeichnis, Nutzung der Gemeinschaftsflächen: Küche, Garderobe und Lager		
	Förderung der Teilnahme an internationalen High-Tech-Messen in Deutschland	Gemeinschaftsstand "Bayern Innovativ"			

Berlin	Neue Märkte erschließen - Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen (NME-KMU)	die Teilnahme an Messen und Ausstellungen mit überwiegend internationaler und fachspezifischer Ausrichtung, sofern diese nicht überwiegend einem Direktverkauf dienen	Standmiete, Standbau (inklusive Auf- und Abbau), Betrieb des Standes, Transport, Kommunikation. Bei Teilnahmen an einem Messgemeinschaftsstand der Länder Berlin und Brandenburg sind nur die Ausgaben förderfähig, die dem Einzelunternehmen direkt zurechenbar sind. Doppelförderung ist ausgeschlossen	50% der förderfähigen Ausgaben maximal 15.000 EUR Förderung je Einzelmaßnahme	KMU Die geförderten Maßnahmen müssen Umsatz-, Ertrags- und Arbeitsplatzeffekte im Land Berlin erwarten lassen. Aus der Vermarktung der Produkte oder Dienstleistungen müssen bereits Umsätze erzielt werden.
Brandenburg	Management, Marketing, Messen und Markterschließung (M4)	Einzelbetriebliche Teilnahmen an Messen und Ausstellungen im In- und Ausland mit überregionalem Charakter und überwiegend fachspezifischer Ausrichtung. Einzel- und Gemeinschaftsteilnahmen an regionalen Messen, wenn diese im aktuellen Messeplan des Ministeriums für Wirtschaft enthalten sind.	Kosten für Miete, Aufbau und Betrieb des Standes	Bis zu 50% der förderfähigen Ausgaben, max T€. 50 je gefördertes Unternehmen innerhalb von drei Jahren.	KMU oder Gruppen von KMU
	Markterschließungs-richtlinie	Gemeinschaftsprojekte und Brancheninformationsstände auf Messen und Ausstellungen mit überregionaler Bedeutung im In- und Ausland, vorrangig solche, die im Landesmesseplan verzeichnet sind.	Standmiete, Messebau und Infrastruktur sowie sonstige Ausgaben für Anmietung, Ausstattung und Betrieb des Gemeinschaftsbereichs, Ausgaben für Katalogeintrag	100% der förderfähigen Gesamtausgaben, max T€ 15	Antragsberechtigt sind wirtschaftsnahe – nicht auf Gewinnerzielung ausgerichtete und nicht am gewöhnlichen Wirtschaftsleben teilnehmende – Institutionen mit Sitz im Land Brandenburg
Bremen	Bremisches Außenwirtschaftsförderungsprogramm	Messebeteiligungen werden nur bei Messen und Ausstellungen mit überregionalem oder internationalem Charakter im Ausland sowie ausgewählten inländischen Messen gefördert, die im jährlich erstellten Messekatalog aufgeführt sind.	Standkosten Standauf- und -abbau durch Dritte Transport- und Versicherungskosten Fremdpersonal (Hostessen, Dolmetscher während der Messe) Hotel- und Fahrtkosten	Der Fördersatz beträgt in der Regel pro Förderung bis zu 50% der als zuwendungsfähig anerkannten Kosten, jedoch –max. 6.000 EUR für inländische und europäische Messebeteiligungen, –max. 10.000 EUR für außereuropäische Messebeteiligungen.	KMU Einschränkend gilt: - pro Unternehmen insgesamt max. 3 inländische Messebeteiligungen - pro Unternehmen insgesamt max. 3 Förderungen für die gleiche Messen - pro Unternehmen insgesamt max 5 Messebeteiligungen
Hessen	Messeförderung Hessen	Gruppen- und Einzelförderung im In- und Ausland Messen und Ausstellungen, soweit im Bereich der EU und ETFA gefördert wird, sollen die Mittel vornehmlich dem Handwerk bzw. Kleinbetrieben mit bis zu 10 Beschäftigten zugute kommen	Miete, Messestand, Rücktransport der Exponate, Versicherungen für Stand und Exponate, Betriebskosten, Katalogeinträge, Fremdpersonal	Anteilsfinanzierung oder bei Zuwendungen bis zu T€ 5 als Festbetragsfinanzierung und mit bis zu 50% der als zuwendungsfähig anerkannten Ausgaben. Die Festbetragsfinanzierung beträgt pro Unternehmen 250€ für zuwendungsfähige Ausgaben ab 500€. Sie erhöht sich für jeweils weitere 500€ zuwendungsfähige Ausgaben um 250€.	Förderberechtigt sind Kammern und Landesfachverbände. Gefördert werden neben Handwerksbetrieben auch KMUs mit einem Jahresumsatz von bis zu max. € 75 Mio.
Mecklenburg-Vorpommern	Richtlinie zur Förderung der Teilnahme von Unternehmen an Messen und Ausstellungen	Einzelbetriebliche Teilnahme an Messen und Ausstellungen im In- und Ausland.	Zuwendungsfähig sind die Ausgaben für Standflächenmiete. Gemeinsam mit weiteren Veranstaltungsteilnehmern genutzte Flächen werden anteilig berücksichtigt.	Die Ermittlung des Fördersatzes erfolgt in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße des Antragstellers. Fördersatz von höchstens 50 Prozent der zuwendungsfähigen Ausgaben für Kleinunternehmen, höchstens 40 Prozent für mittlere Unternehmen; max. T€ 6	KMU Je Unternehmen und Kalenderjahr können höchstens drei Teilnahmen gefördert werden

Niedersachsen	Messeförderung Niedersachsen	Gemeinschaftsstände im Inland sowie eines Hauptausstellers auf Einzel- oder Gemeinschaftsständen im Ausland, die im AUMA Katalog verzeichnet sind.	Zuwendungsfähig sind alle für die Organisation und den Betrieb des Standes notwendigen Ausgaben. Ausgenommen sind Eigenleistungen sowie Ausgaben für Reisen, Unterkunft, Verpflegung und Bewirtung.	Inland: 80% max. T€ 7,5 EU 27: Einzelstand Festbetrag T€ 2 Außereuropäisch: Festbetrag T€ 4 50% bei Gemeinschaftsständen, max T€ 5 bei EU 27; max T€ 8 bei außereuropäisch	Zuwendungsempfänger (Erstempfänger) bei der Förderung von Gemeinschaftsständen ist der Organisator. Der Erstempfänger hat die Zuwendung an die Letztempfänger weiterzuleiten. Zuwendungsempfänger bei der Förderung von Einzelständen auf Auslandsmessen sind KMU. Es können auch Auslandsmessebeteiligungen von Wirtschaftsverbänden und wirtschaftlichen Selbstverwaltungsorganisationen gefördert werden, sofern dies mit den Zielsetzungen dieser Richtlinie vereinbar ist. Bei Gemeinschaftsständen im Inland mind. 5 Unternehmen aus Niedersachsen; im Ausland mind. 8 Unternehmen aus Niedersachsen Eine Förderung ist bis zu drei Beteiligungen an einer bestimmten Messe im Ausland je Aussteller möglich. Ferner begrenzt auf eine Förderung pro Jahr.
Nordrhein-Westfalen	Messeförderung NRW	Kleingruppenförderung, mindestens 3 Unternehmen, auf Auslandsmessen, die im AUMA gelistet sind. Messen mit offizieller Bundes- und Landesbeteiligung sind ausgeschlossen	Bezuschusst werden Kosten, die bei der Vorbereitung oder Durchführung der Messe entstehen sowie Standmiete, Standbau oder Dolmetscher	50% der förderfähigen Kosten, max. T€ 5 pro Unternehmen und Jahr	
		Firmengemeinschaftsstände im Inland als offizielle Messebeteiligung des Landes, für KMU, mit mindestens 10 Unternehmen	Standplanung, -bau und -betreuung	Beteiligungskosten für Unternehmen zwischen T€ 2,5 bis T€ 4,5	Unternehmen jünger als 3 Jahr erhalten Rabatt. Die Standplanung und Messebau werden von einem erfahrenen Unternehmen übernommen, das aus einer europäischen Ausschreibung hervorgegangen ist
Rheinland-Pfalz	Messeförderung Rheinland-Pfalz	Beteiligung an Gemeinschaftsständen sowie Einzelstand, sofern die Messe im AUMA Katalog aufgeführt ist.	Pauschalierter Zuschuss zu den Veranstaltungskosten. Dieser setzt sich zusammen aus einem Veranstaltungsort abhängigen Grundbetrag und einem standgrößenbezogenen Zuschlag	Grundbetrag für D: 250 €; Europa: € 500, sonstige: T€ 1 Zuschlag zum Gemeinschaftsstand: Europa: 150 €/qm; außerhalb Europa 250 €/qm eigene Messebeteiligung: Europa: 50 €/qm; außerhalb Europa: € 100 €/qm Zusammen max. 50% der Veranstaltungskosten; höchstens T€ 7,5; bei Gemeinschaftsständen T€ 10	
Saarland	Messeförderung Saarland	Teilnahme an internationalen Messen und Ausstellungen im Rahmen von Gemeinschafts- oder Einzelstand. Teilnahme an Messen in Deutschland nur im Rahmen von Gemeinschaftsständen.	Förderung erfolgt als Zuschuss zu den Mietkosten. Diese reduzieren sich pro Teilnahme an der gleichen Veranstaltung.	Zuschuss zu Mietkosten bei Einzel- oder Gemeinschaftsaussteller für Messen im Ausland: - erste Teilnahme 80%, max. T€ 7,5 - zweite Teilnahme 70%, max. T€ 6,5 - dritte Teilnahme 60%, max. T€ 5,6 Zuschuss zu Mietkosten für Teilnahme an Gemeinschaftsständen in Deutschland - erste Teilnahme 50%, max. T€ 4,25	Zuwendungsempfänger sind KMUs Es können nur die ersten drei Teilnahmen an der gleichen Veranstaltung gefördert werden.

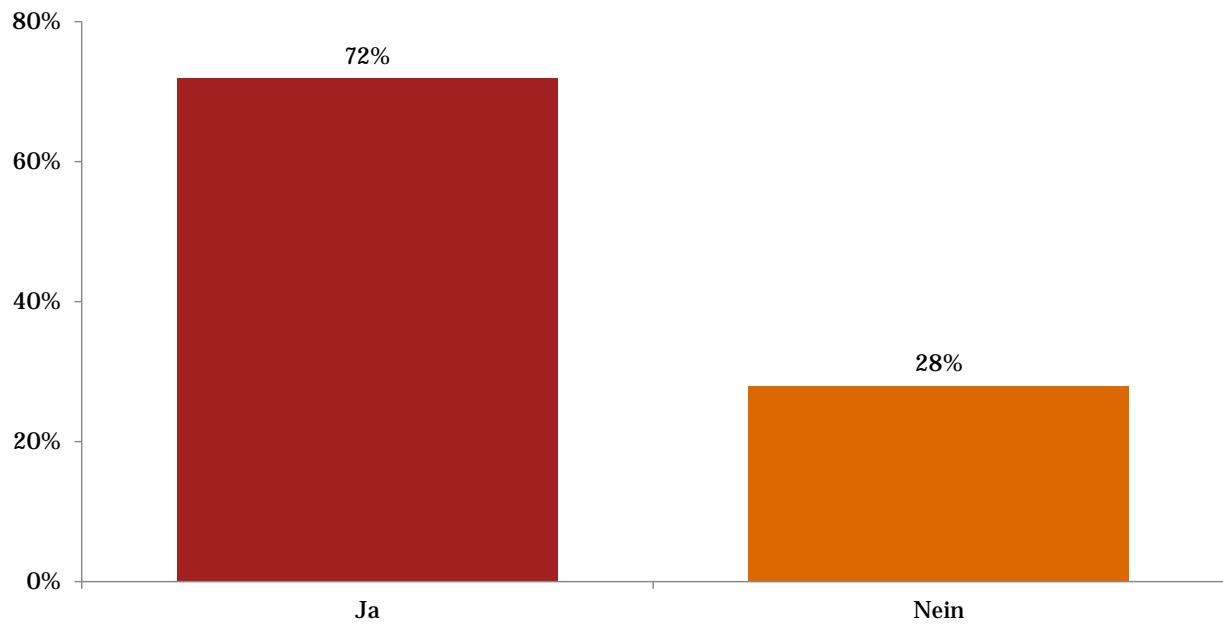
				- zweite Teilnahme 40%, max. T€ 3,4	
Sachsen	Mittelstandsrichtlinie - Messen, Außenwirtschaft	Einzelbetriebliche Teilnahmen an Auslandsmessen und internationalen Messen in Deutschland. Produktpräsentationen, die von Kommunen, Landkreisen, Kammern, Verbänden oder sonstigen Organisationen der Wirtschaft ohne Erwerbscharakter (Projektträger) organisiert werden.	Miete der Ausstellungsfläche, Auf- und Abbau des Standes durch Dritte, Ausgaben für den Standbetrieb, soweit sie die Ausgaben für Miete und Auf- und Abbau nicht übersteigen (Transport der Ausstellungsgüter, Dolmetscher und Werbematerialien), sowie Teilnahmegebühren	50% von Ausgaben bis zu T€ 25 max. T€ 12,5 bei Teilnahmen am Auslandsmesseprogramm des Bundes sowie im Rahmen des Sonderförderprogrammes Erneuerbare Energien/ Energieeffizienz	KMU, es können bis zu 5 Teilnahmen pro Jahr gefördert werden, Teilnahme an der gleichen Messe bis zu viermal möglich von der Förderung ausgeschlossen sind Regional- und Spezialmessen gemäß AUMA
Thüringen	Richtlinie zur Außenwirtschaftsförderung	Einzelbetriebliche und Gemeinschaftliche Messebeteiligungen im In- und Ausland, die bei dem AUMA international/ überregional gelistet sind.	Standflächenmiete und Aufwendungen für Standbau bis zu 40m ² Zuwendungsfähig bei der gemeinschaftlichen Messebeteiligung sind Aufwendungen für Standflächenmiete, Standbau, Transport, Honorare für Zeitpersonal und Werbemaßnahmen.	Die Höhe der Förderung beträgt bis zu 50% der zuwendungsfähigen Ausgaben und max. T€ 10	KMU, Architektur- und Ingenieurbüros; 3 mal pro Jahr und maximal 3 Teilnahmen an der gleichen Messe. Eine Förderung einer Messe in Deutschland erhalten nur Unternehmen, die nicht älter als 8 Kalenderjahre sind. Bei gemeinschaftlichen Beteiligungen können Zuwendungsempfänger auch Verbände, Kammern, etc sein. Voraussetzung einer Förderung ist die Vorlage eines Veranstaltungskonzeptes sowie mind. drei Angebote (Messedurchführung bzw. Standbauer).

In Hamburg und Schleswig-Holstein gibt es keine Messförderung

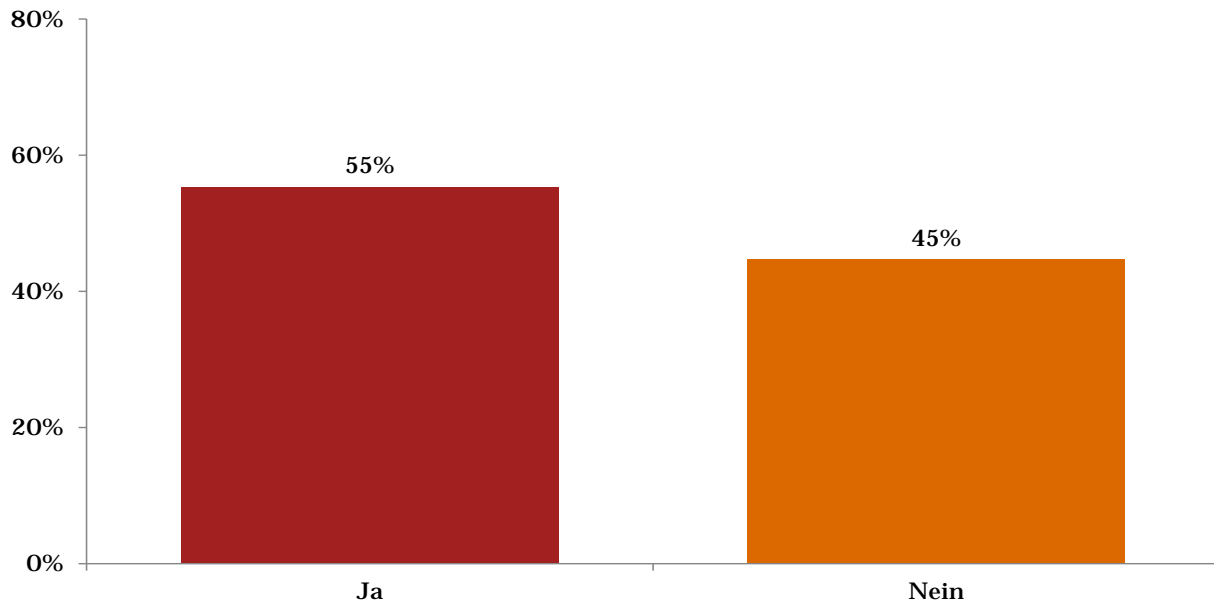
3. Auswertung sämtlicher Fragen

a) Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt

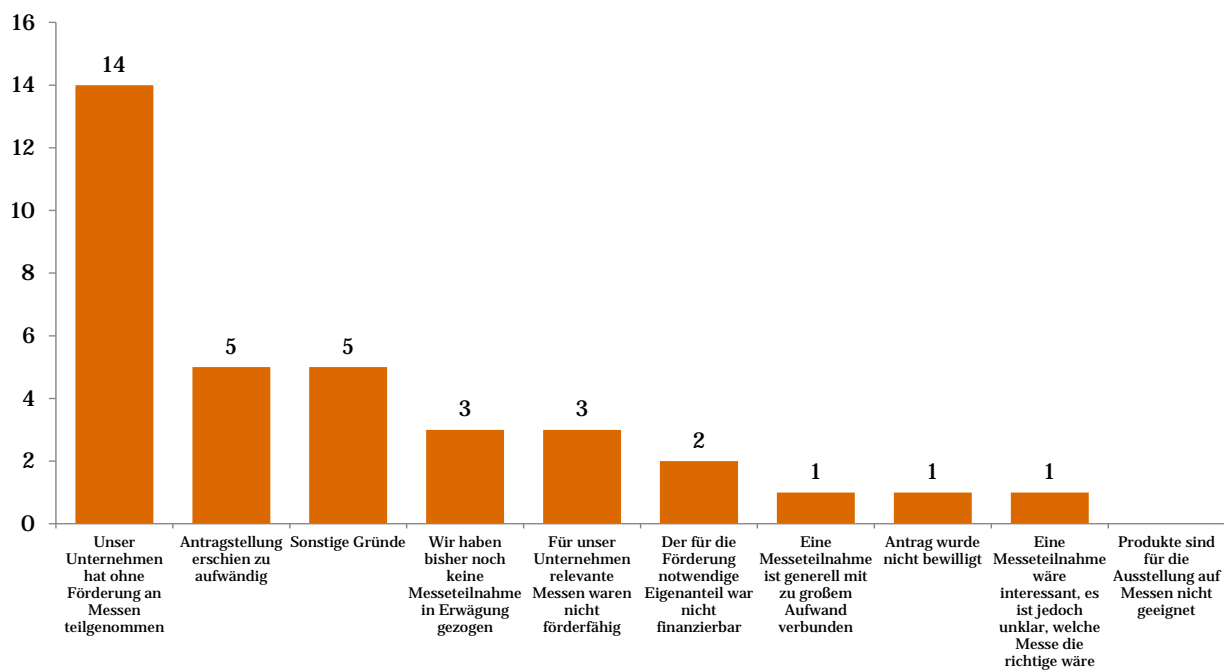
Abbildung 1 - Hat Ihr Unternehmen an Messen im Ausland oder an überregionalen Messen in Deutschland teilgenommen?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=75). Diese Frage wurde nur den von den Kammern benannten Unternehmen gestellt.

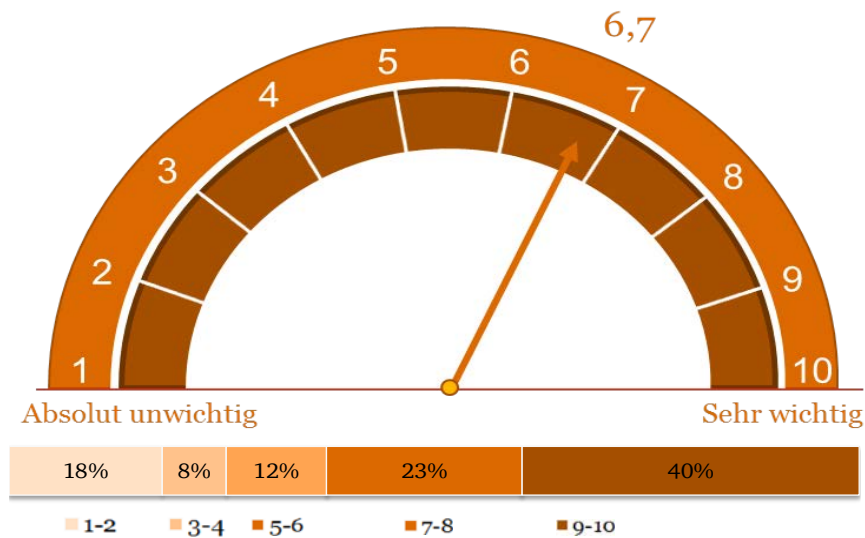
Abbildung 2 - Ist Ihnen die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt bekannt?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=76). Diese Frage wurde nur den von den Kammern benannten Unternehmen gestellt.

Abbildung 3 - Sie kennen die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt, haben sie aber bisher nicht genutzt. Bitte kreuzen Sie die Gründe an, aus denen Sie die Messeförderung nicht genutzt haben:

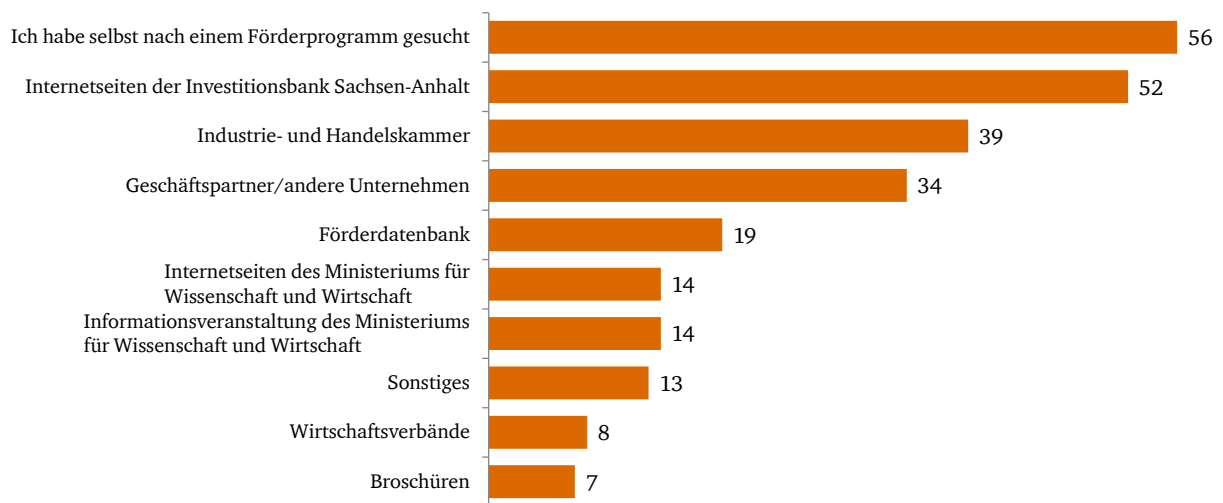
Quelle: PwC Unternehmensbefragung, Anzahl der Nennungen (n=24); mehrere Antworten möglich. Diese Frage wurde nur den von den Kammern benannten Unternehmen gestellt.

Abbildung 4 - Welche Bedeutung hat die Teilnahme an ausländischen und überregionalen Messen für Ihr Unternehmen?



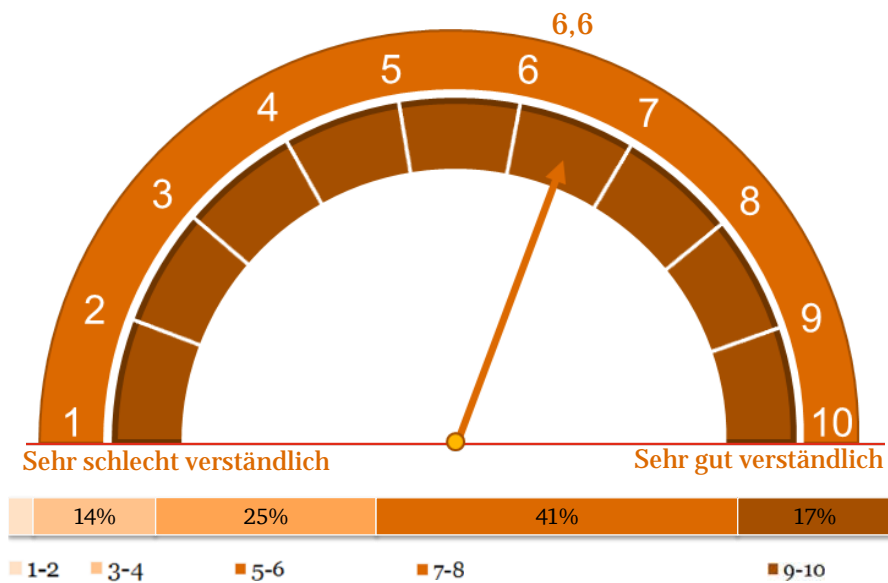
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=187).

Abbildung 5 - Wie wurden Sie auf die Messförderung des Landes Sachsen-Anhalt aufmerksam?



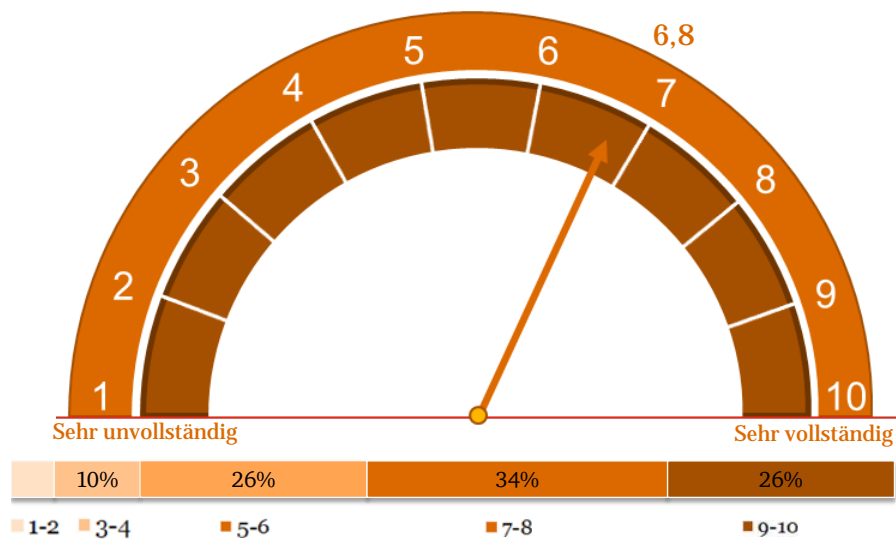
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=146); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 6 - Wie bewerten Sie die **Verständlichkeit** der Informationen zur Messeförderung (z.B. Internetseite Ministerium, IB)?



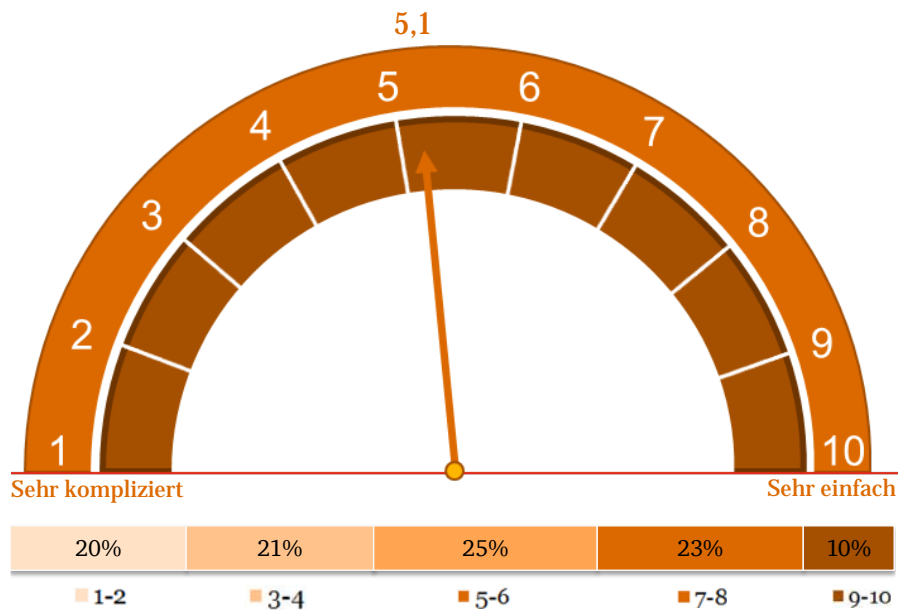
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=144).

Abbildung 7 - Wie bewerten Sie die **Vollständigkeit** der Informationen zur Messeförderung?



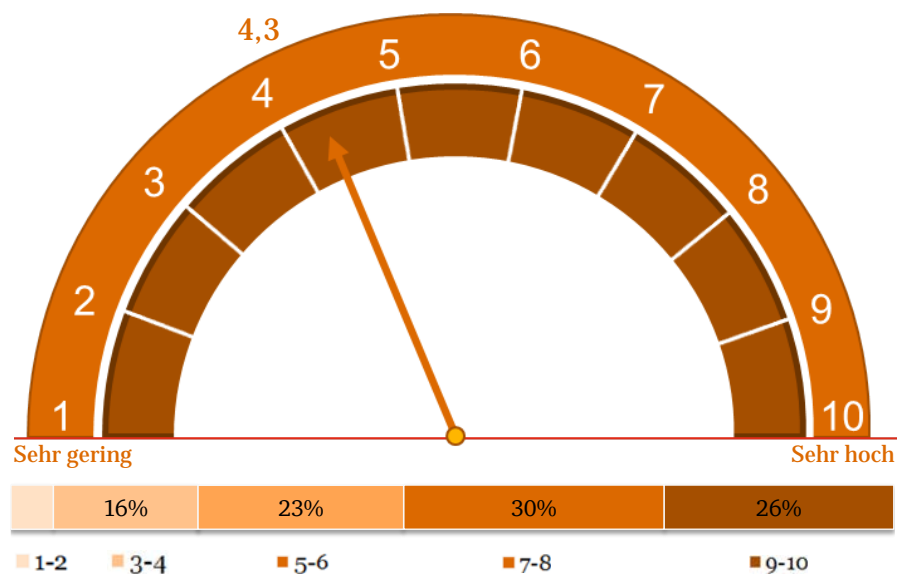
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=144).

Abbildung 8 - Empfinden Sie die **Antragstellung** als einfach oder als kompliziert?



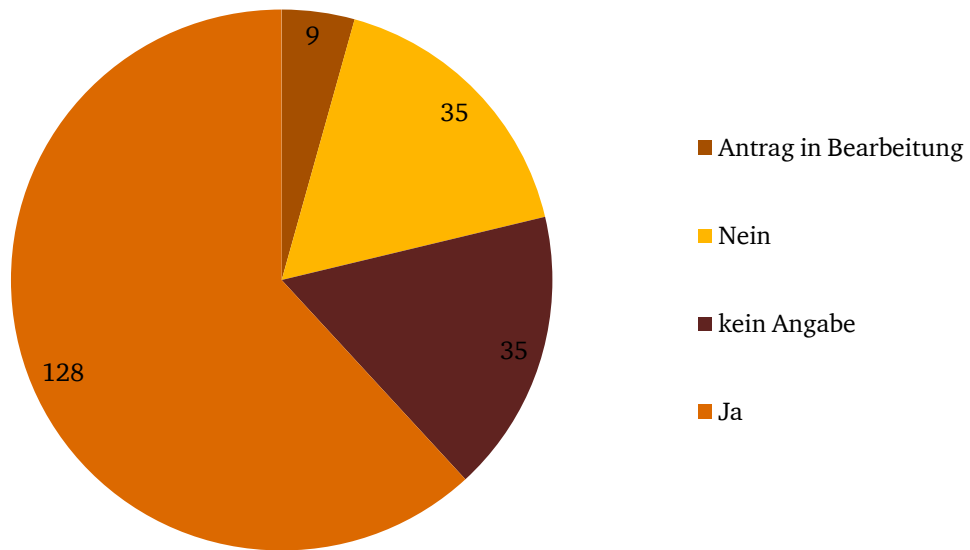
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=146).

Abbildung 9 - Wie bewerten Sie den **Zeitaufwand**, den Ihr Unternehmen mit der Antragstellung hatte?



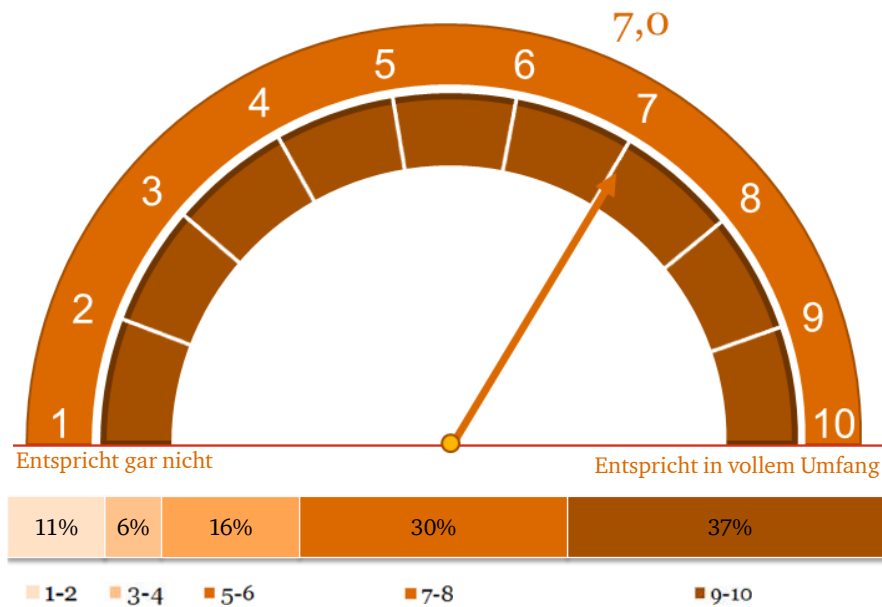
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=146).

Abbildung 10 - Haben Sie bereits eine Förderung des Landes Sachsen-Anhalt für eine Messebeteiligung erhalten?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=207).

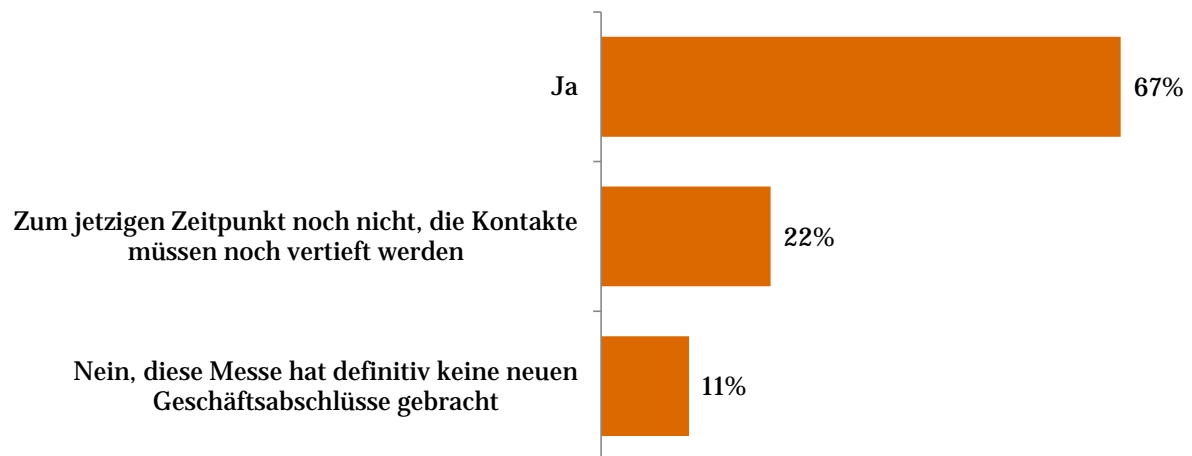
Abbildung 11 - Inwieweit entspricht die gewährte Förderung Ihrem Antrag?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=109).

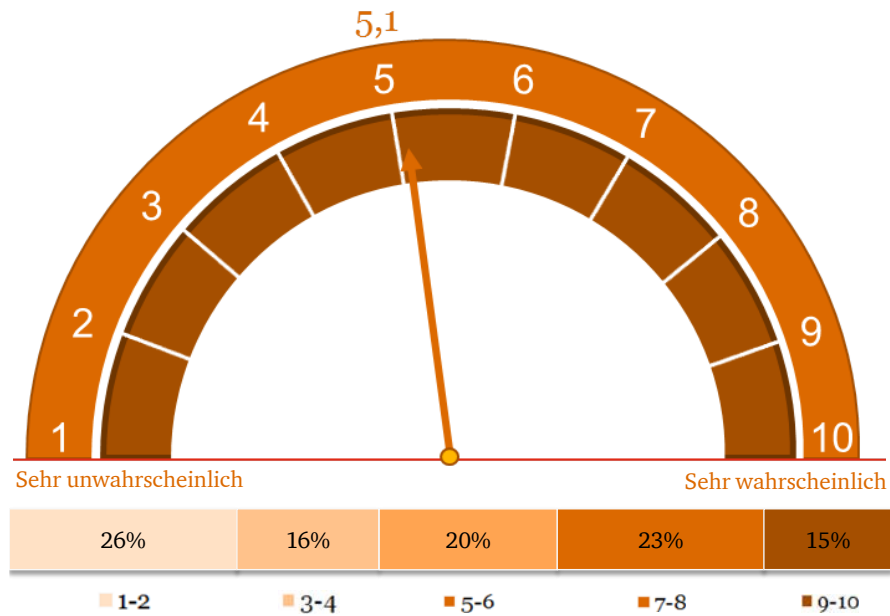
Abbildung 12 - Welche der folgenden Ergebnisse hatte diese Messebeteiligung?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=125); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 13 - Hatte die Messe Geschäftsabschlüsse zur Folge?

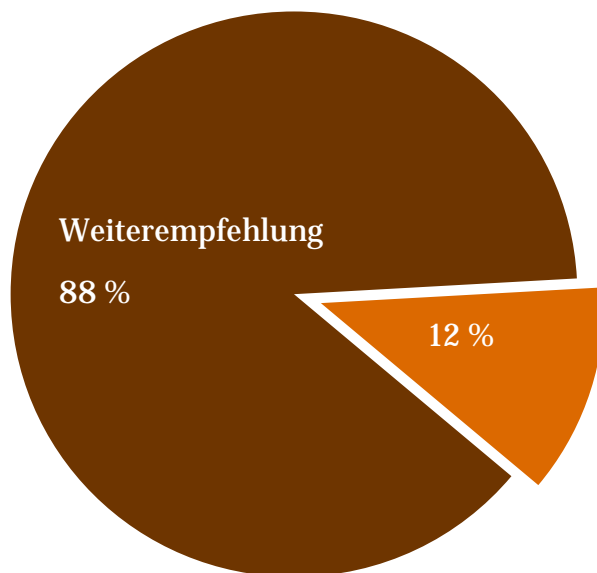
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=124).

Abbildung 14 - Wie wahrscheinlich wäre Ihre Teilnahme an der Messe ohne die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt gewesen?



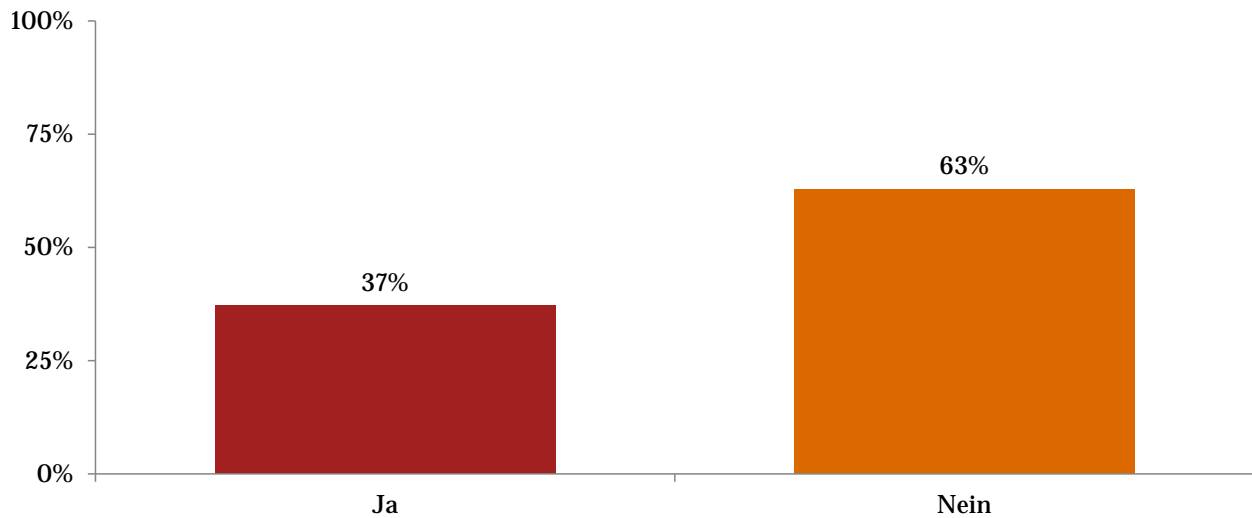
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=124).

Abbildung 15 - Würden Sie die Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt weiterempfehlen?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=125).

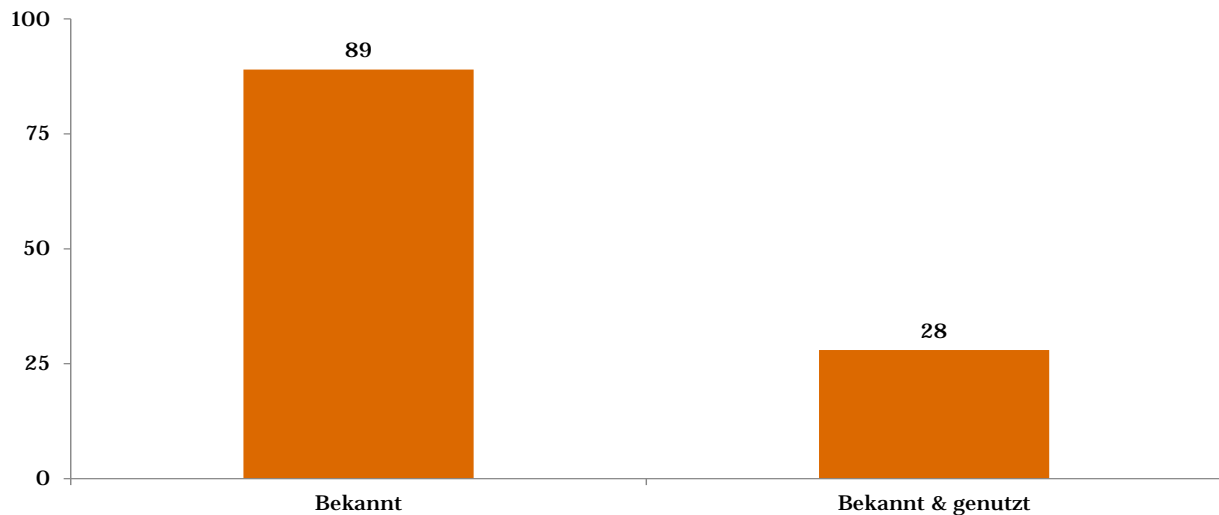
Abbildung 16 - Gibt es Messen, an denen Sie sich gerne beteiligen würden, für die es aber keine Messeförderung des Landes Sachsen-Anhalt gibt?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=143).

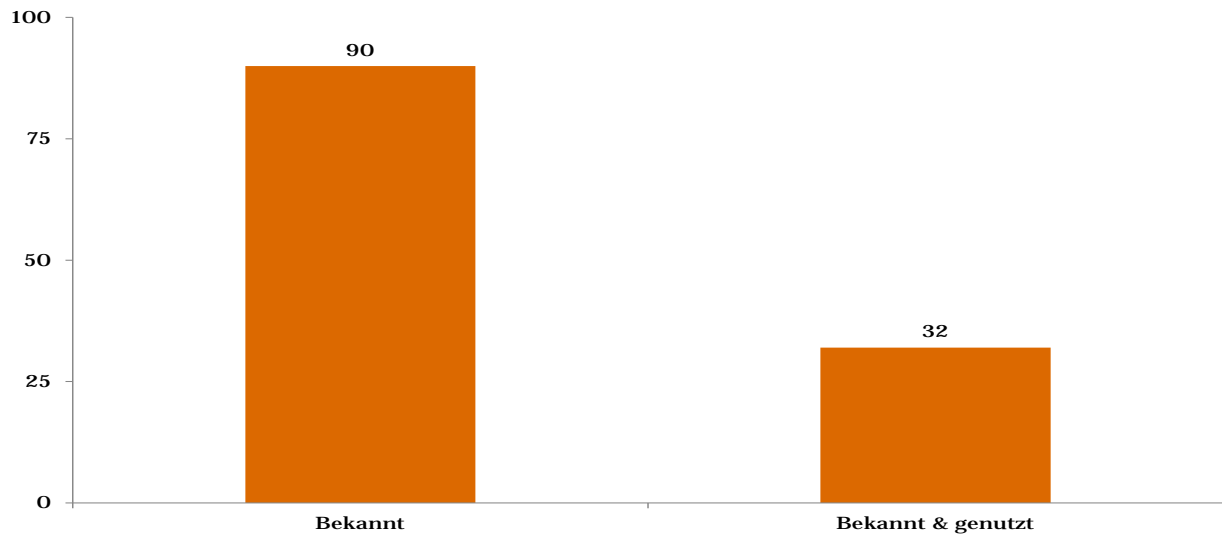
b) Angebote der Außenwirtschaftsförderung

Abbildung 17 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben (**Delegationsreisen Sachsen-Anhalt**)?



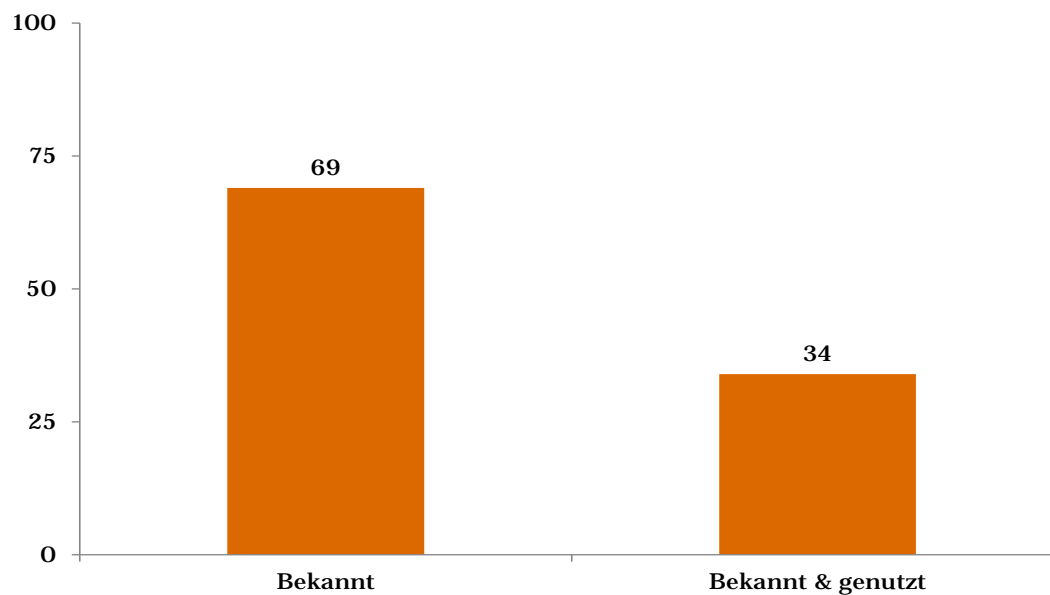
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 18 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben (**Unternehmensreisen Sachsen-Anhalt**)?



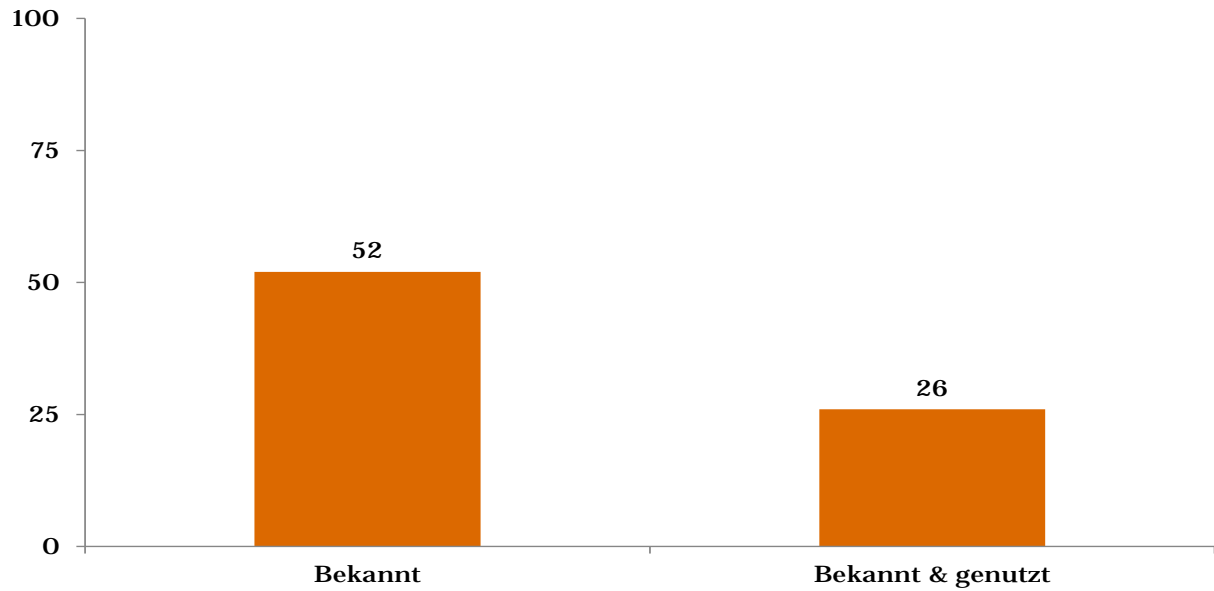
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 19 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben (**Außenwirtschaftsberatung Sachsen-Anhalt**)?



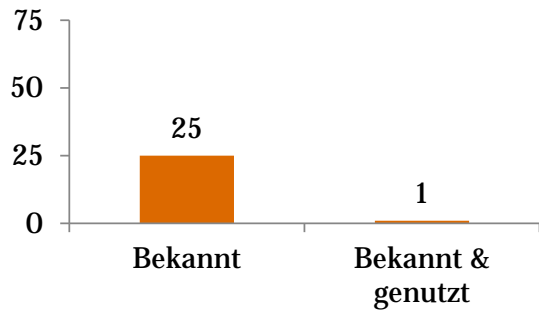
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 20 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben ("**Fit für den Export**")?

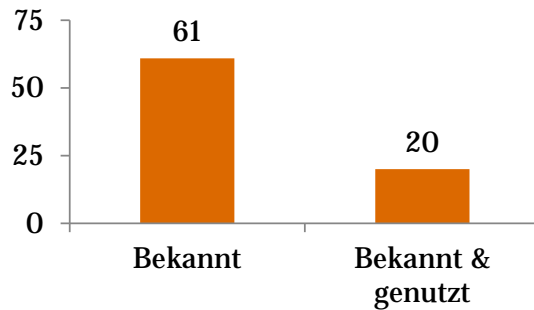


Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

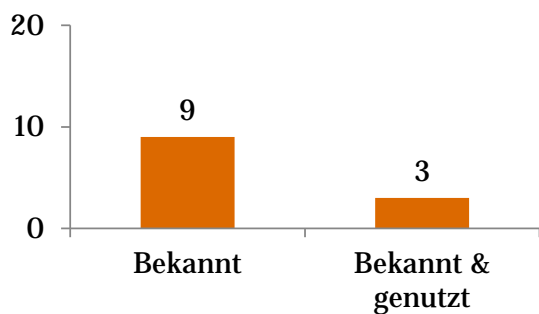
Abbildung 21 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben (**Angebote des Bundes**)?



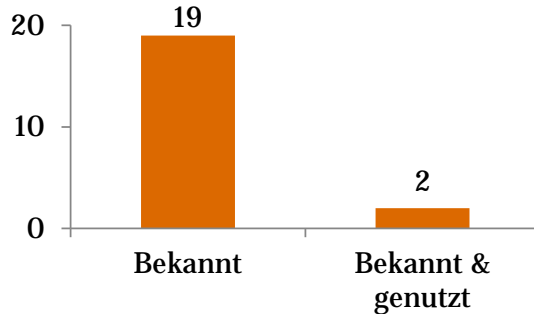
AKA-Exportfinanzierungskredite



Auslandsmesseprogramm Bund



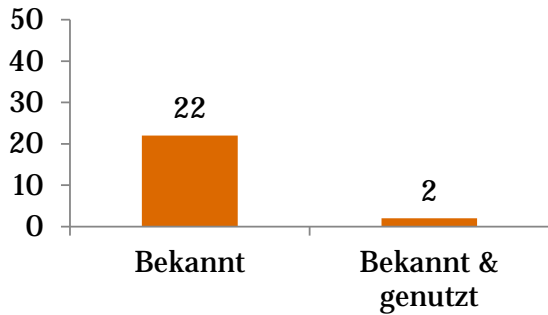
Exportförderprogramm BELV



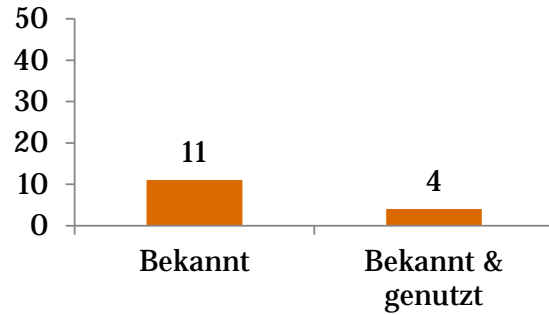
Bundesgarantien Direktinvestitionen

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

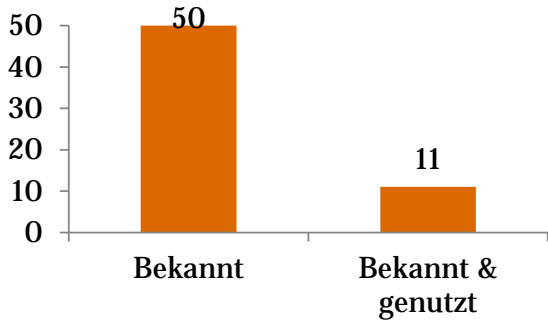
Abbildung 22 - Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Angebote der Außenwirtschaftsförderung des Landes Sachsen-Anhalt und des Bundes Sie kennen und bereits genutzt haben (**Angebote des Bundes**)?



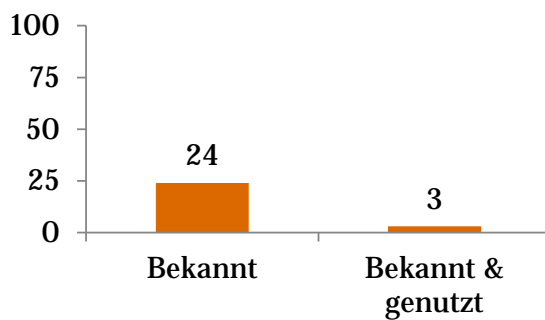
ERP-Exportfinanzierungsprogramm



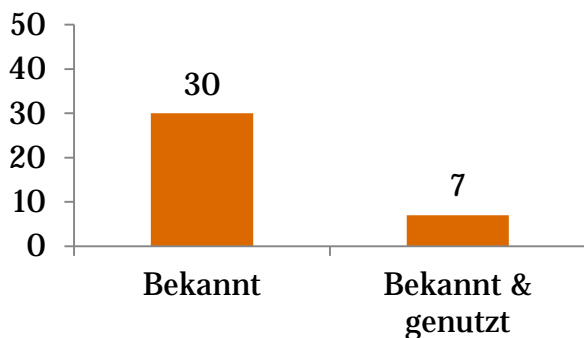
Exportinitiative Erneuerbare Energien



Exportkreditgarantien (Hermes-Deckungen)

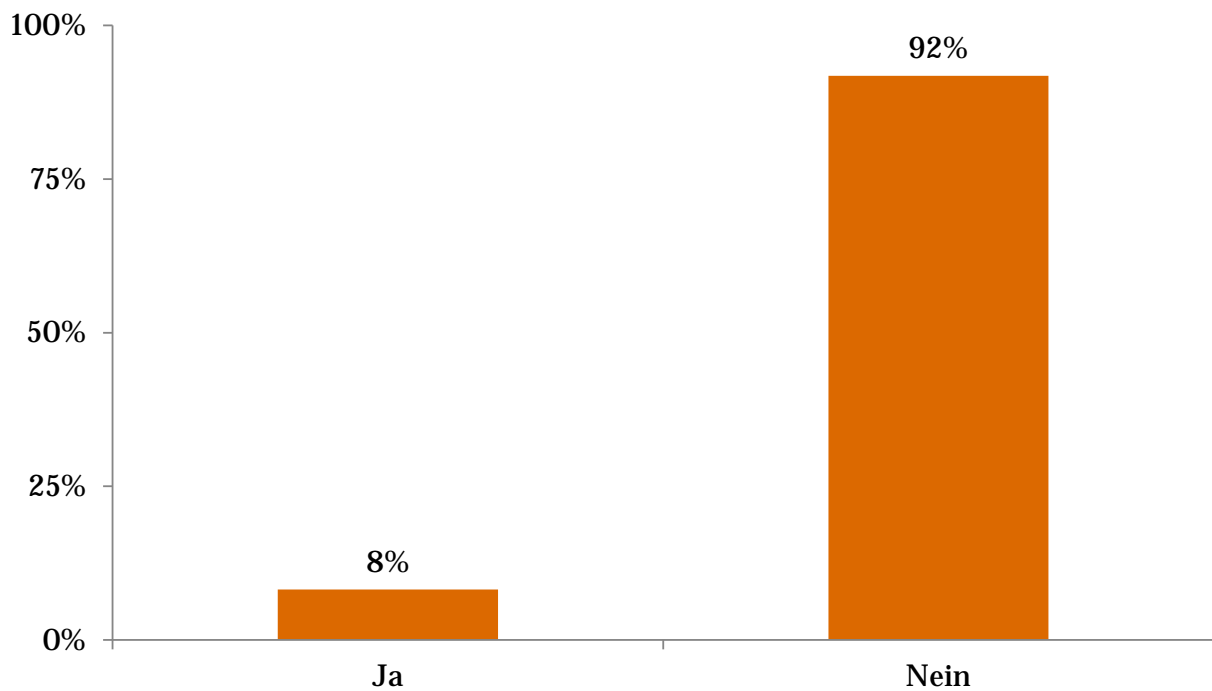


KfW-Programm Refinanzierung bundesgedeckter Exportkredite



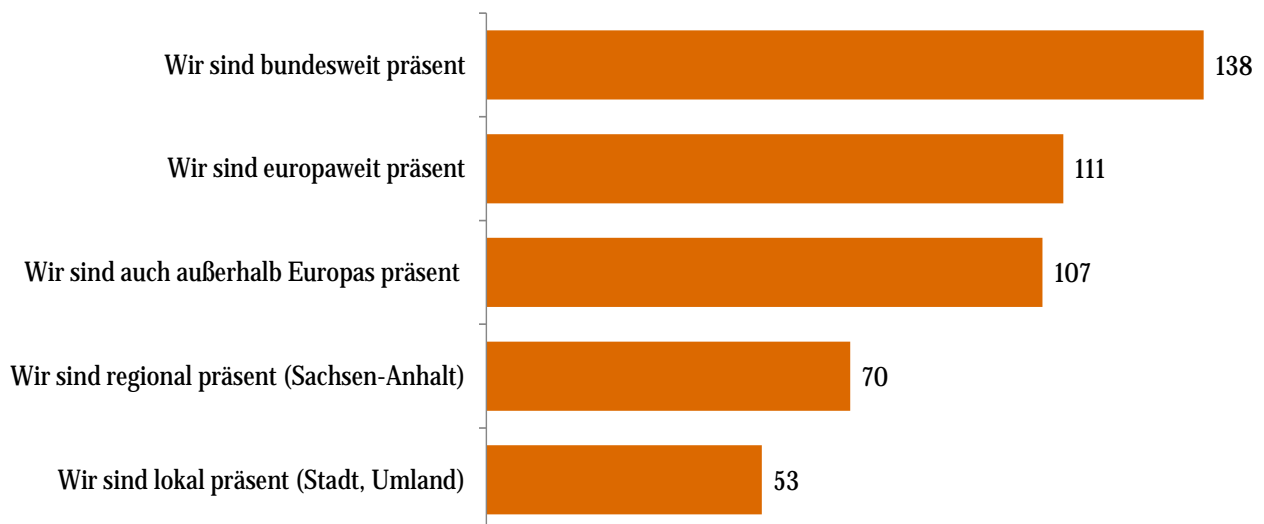
Messeteilnahmen junger innovativer Unternehmen

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=161); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 23 - Haben Sie weitere Angebote der Außenwirtschaftsförderung genutzt?

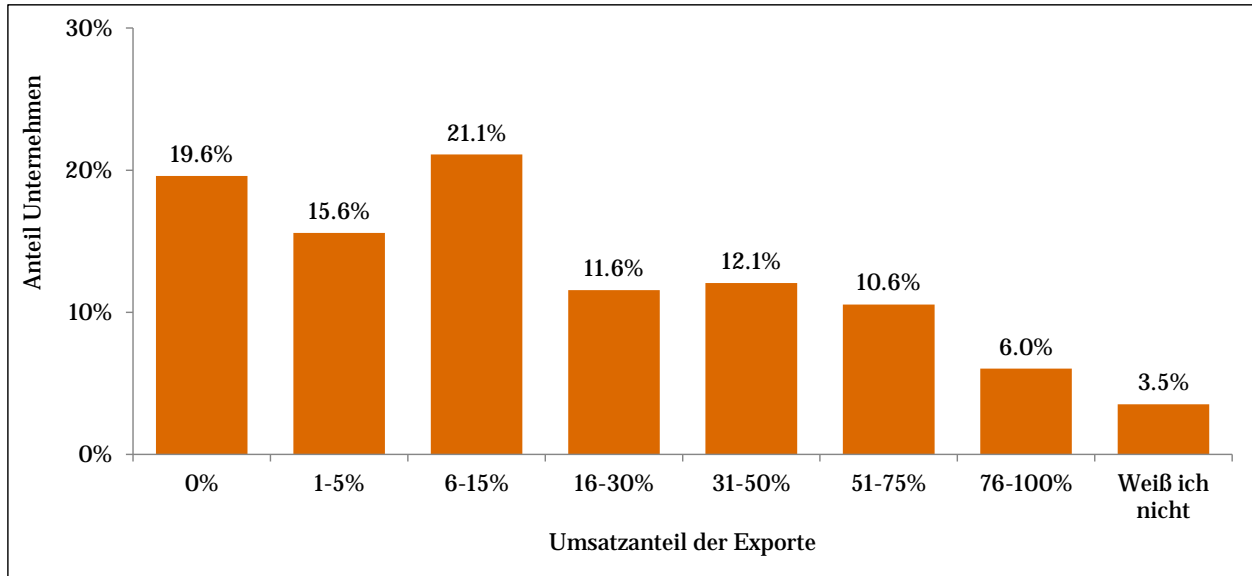
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

c) Auslandsmarkterschließung

Abbildung 24 - Auf welchen Märkten sind Sie mit Ihren Produkten und /oder Dienstleistungen präsent?

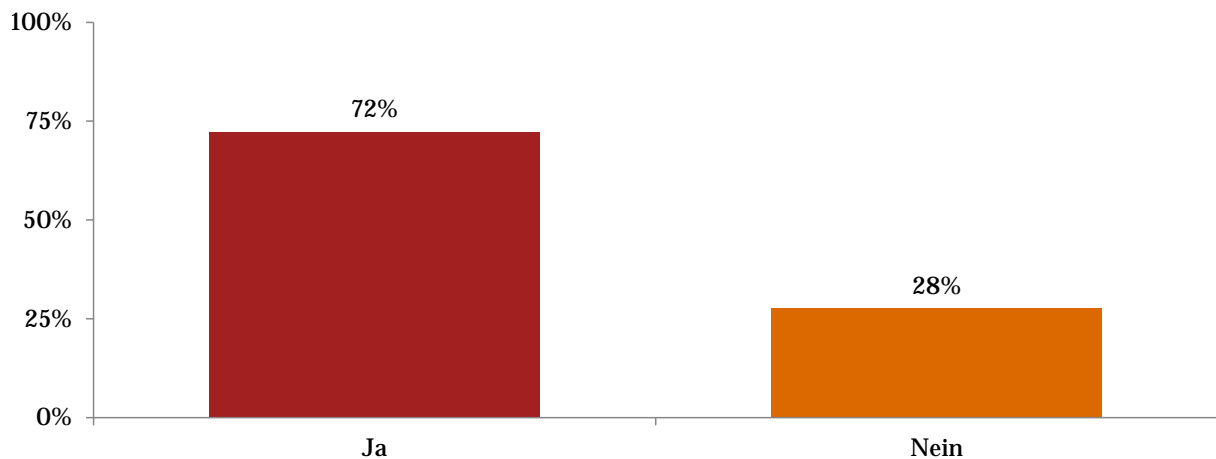
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=199); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 25 - Wie viel Prozent des Umsatzes erzielten Sie im letzten Geschäftsjahr durch Geschäfte mit ausländischen Abnehmern (Export)?



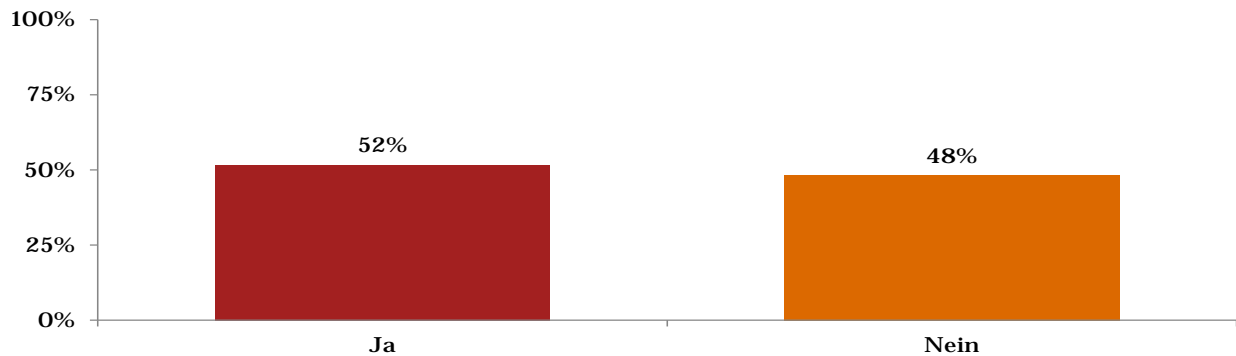
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=199).

Abbildung 26 - Ist eines (oder mehrere) Ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen grundsätzlich für den Export geeignet?



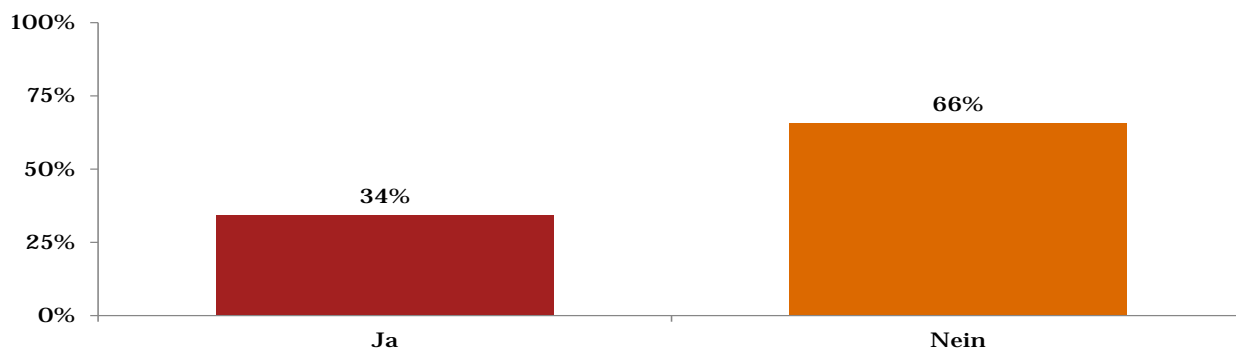
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=47).

Abbildung 27 - Hätte ihr Unternehmen die für eine Auslandsmarkterschließung erforderlichen personellen Ressourcen?



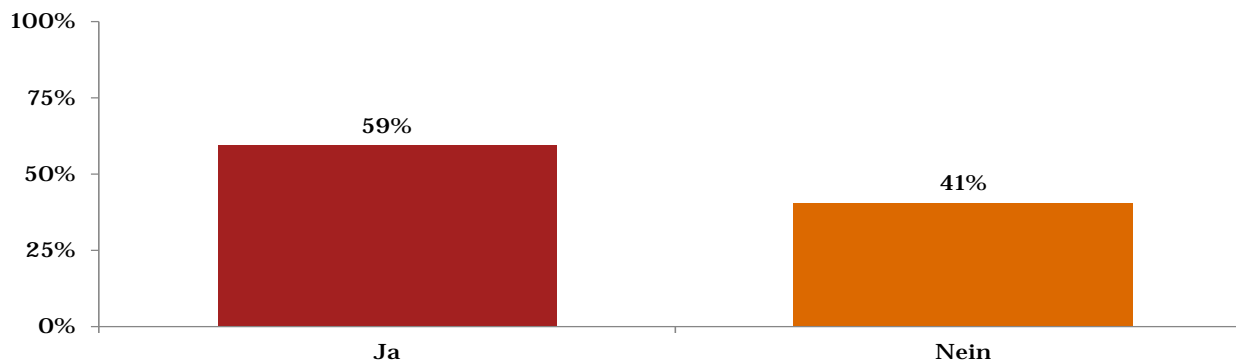
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=29).

Abbildung 28 - Hätte ihr Unternehmen die für eine Auslandsmarkterschließung erforderlichen finanziellen Ressourcen?



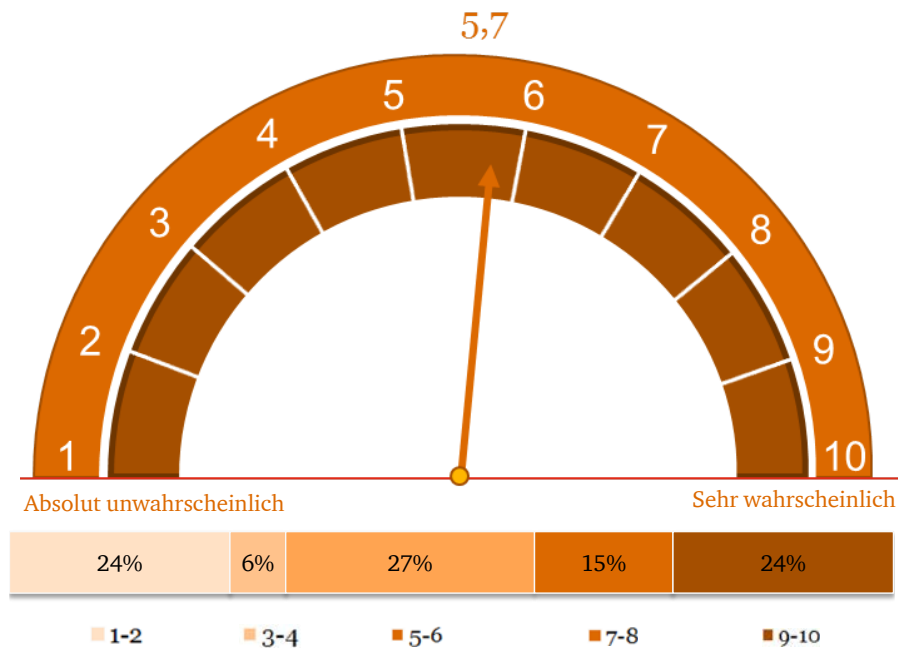
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=32).

Abbildung 29 - Hätte ihr Unternehmen die für (zusätzliche) Exportaufträge erforderlichen Kapazitäten?



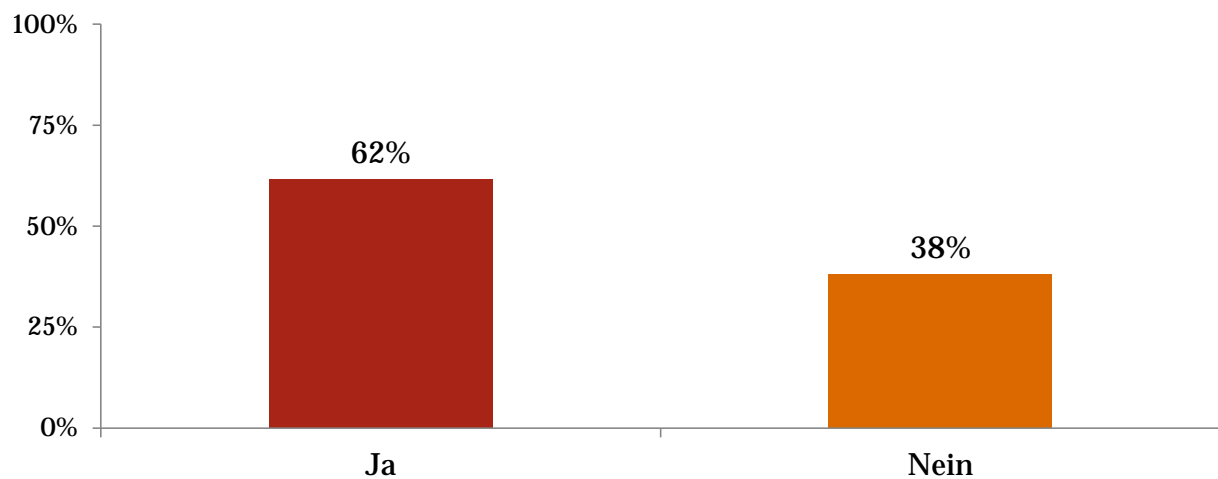
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=32).

Abbildung 30 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten drei bis fünf Jahren ausländische Märkte erschließen werden?



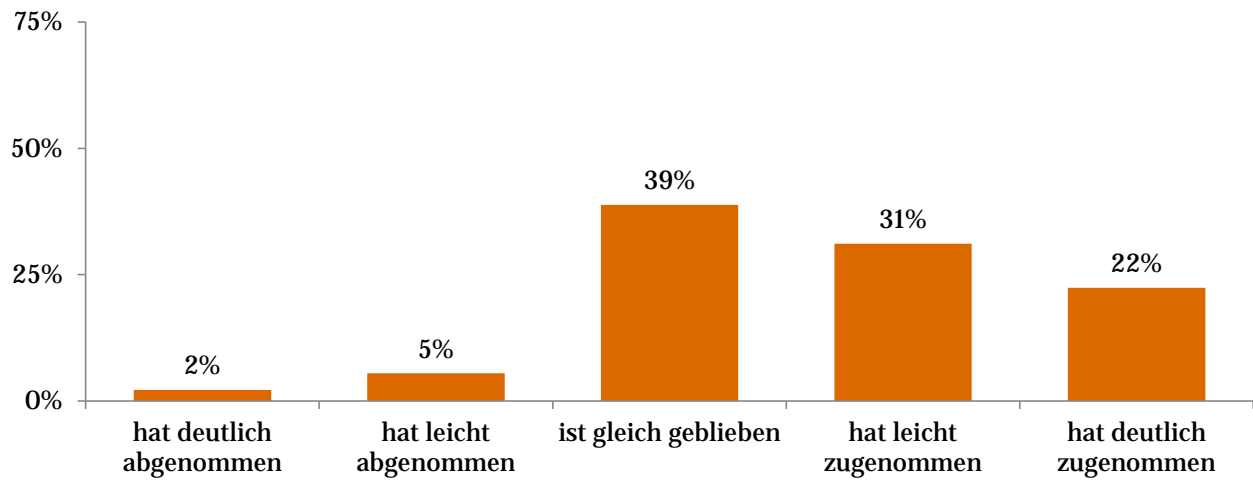
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=33; davon 1 x „Kann ich nicht beurteilen“).

Abbildung 31 - Falls Sie in der vorherigen Frage Länder bzw. Märkte angegeben haben: Gibt es Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen, deren Fremdsprachenkenntnisse für Aktivitäten Ihres Unternehmens in diesen Ländern ausreichen würden?



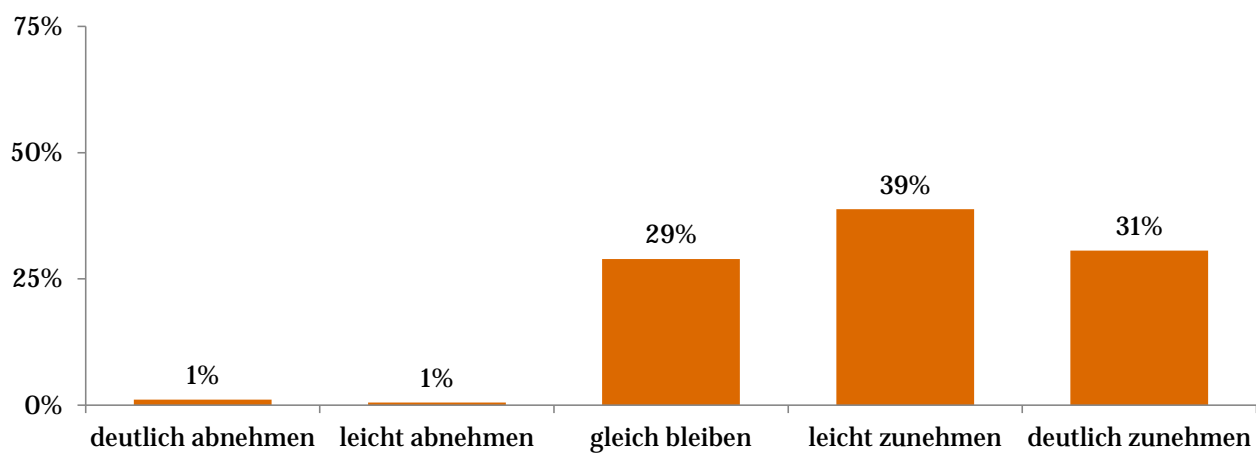
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=26).

Abbildung 32 - Wie hat sich die Bedeutung von Export und Auslandsaktivitäten für Ihr Unternehmen seit 2009 verändert? Die Bedeutung...

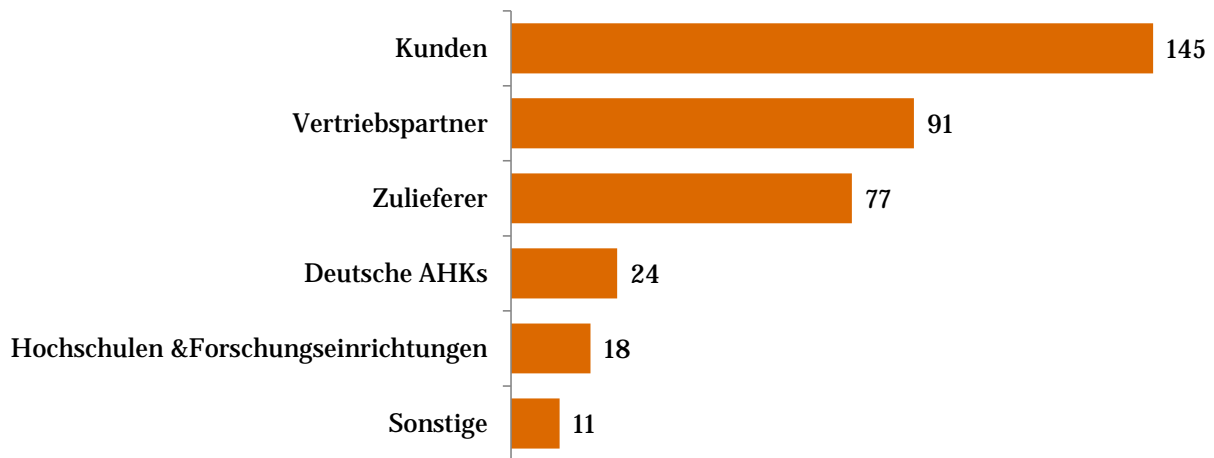


Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=183).

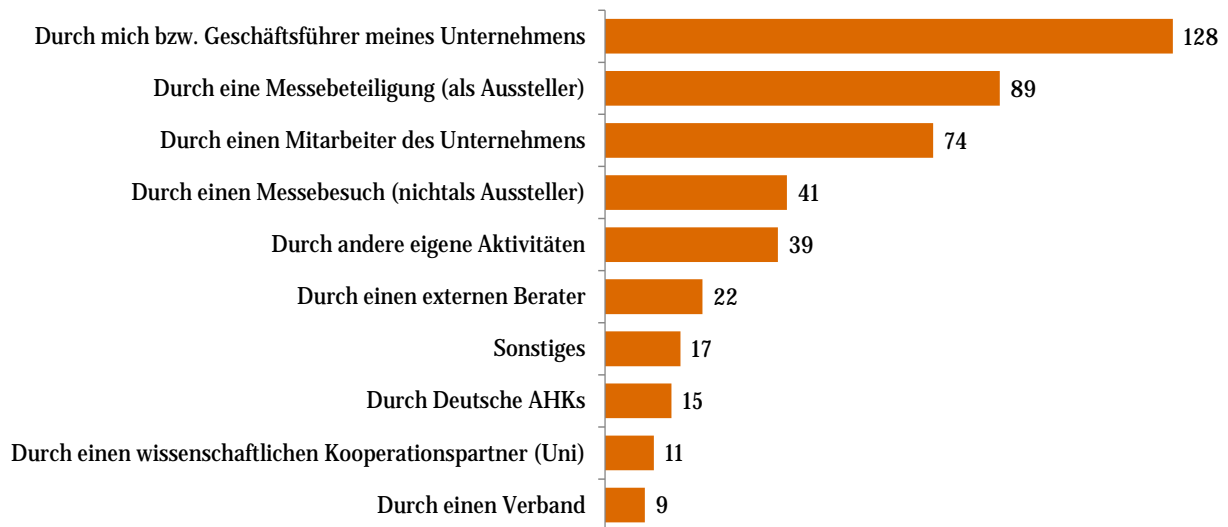
Abbildung 33 - Welche Bedeutung werden Export und Auslandsaktivitäten für Ihr Unternehmen zukünftig haben? Die Bedeutung wird...



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=183).

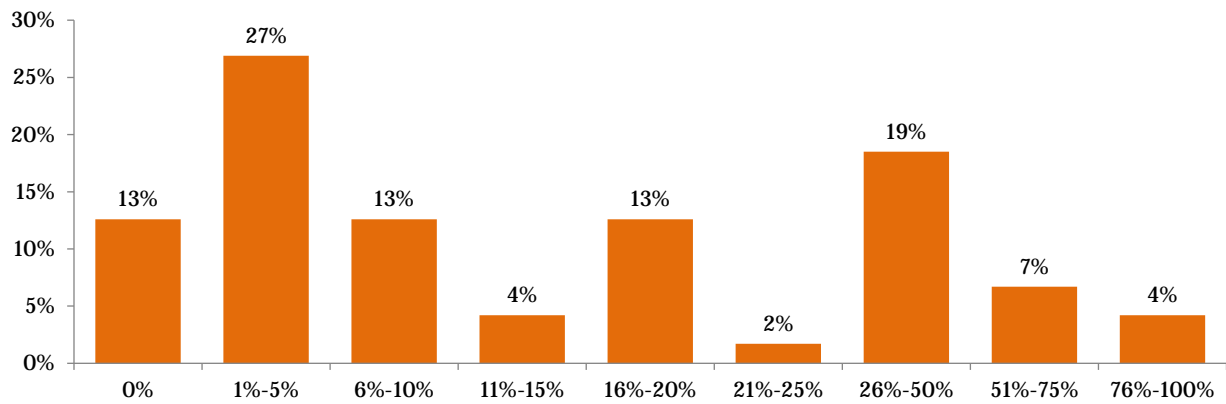
Abbildung 34 - Haben Sie Kontakte oder konkrete Geschäftsbeziehungen ins Ausland?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=177); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 35 - Falls Sie Geschäftsbeziehungen ins Ausland haben: Wie bzw. durch wen wurden diese Kontakte hergestellt?

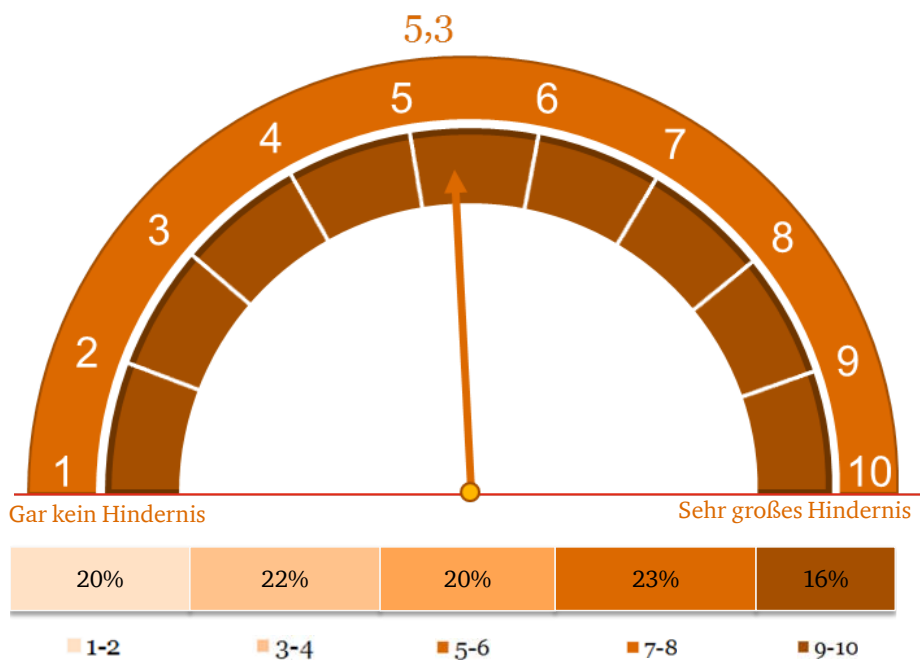
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=178); Anzahl der Nennungen, Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 36 - Falls Sie ausländische Zulieferer haben: Bitte schätzen Sie, wie viel Prozent Ihrer Vorleistungen Sie aus dem Ausland beziehen:



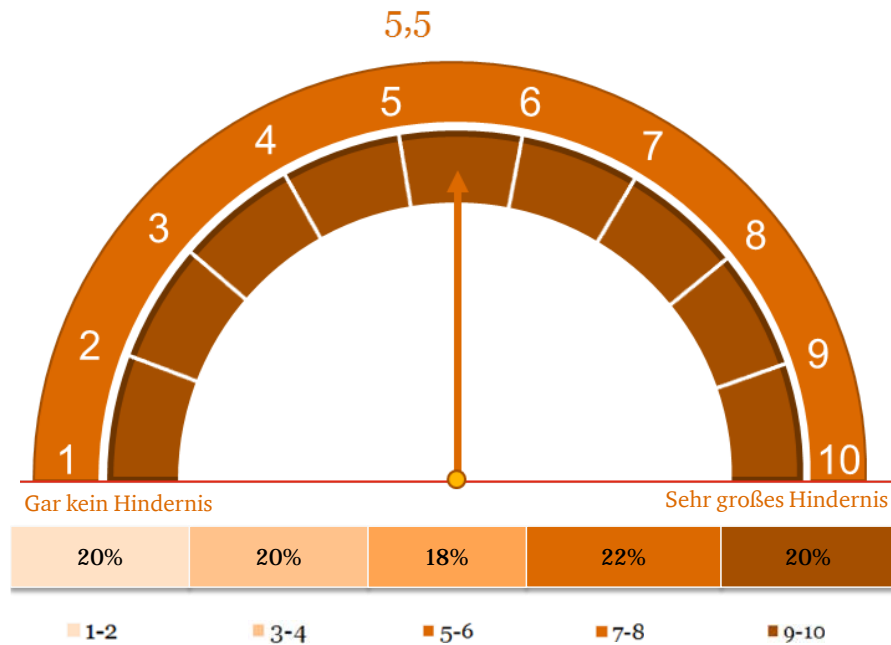
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=119).

Abbildung 37 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – fehlende Marktkenntnisse?



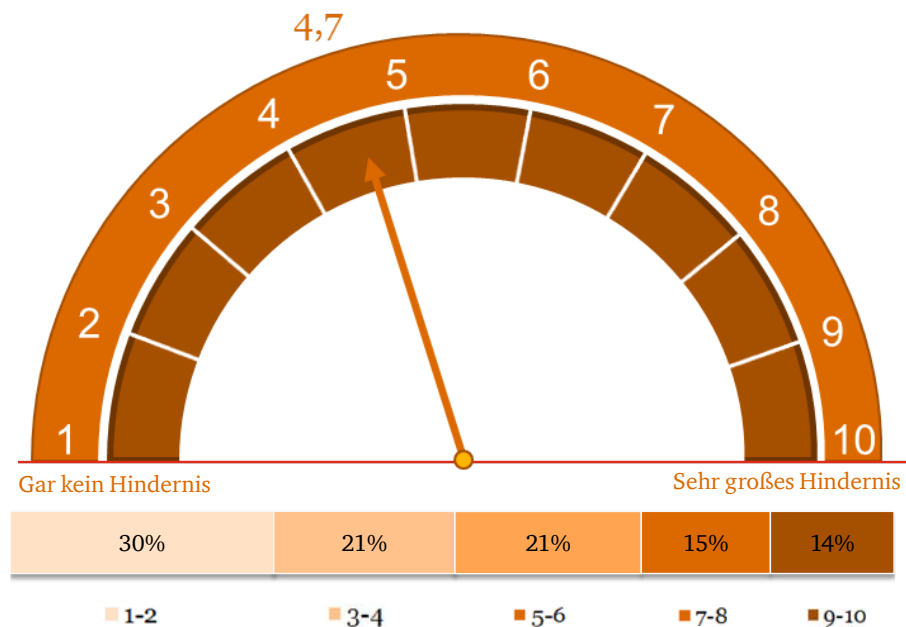
Quelle: PwC Unternehmensbefragung, n=172.

Abbildung 38 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Unsichere politische und rechtliche Rahmenbedingungen in den Zielmärkten?



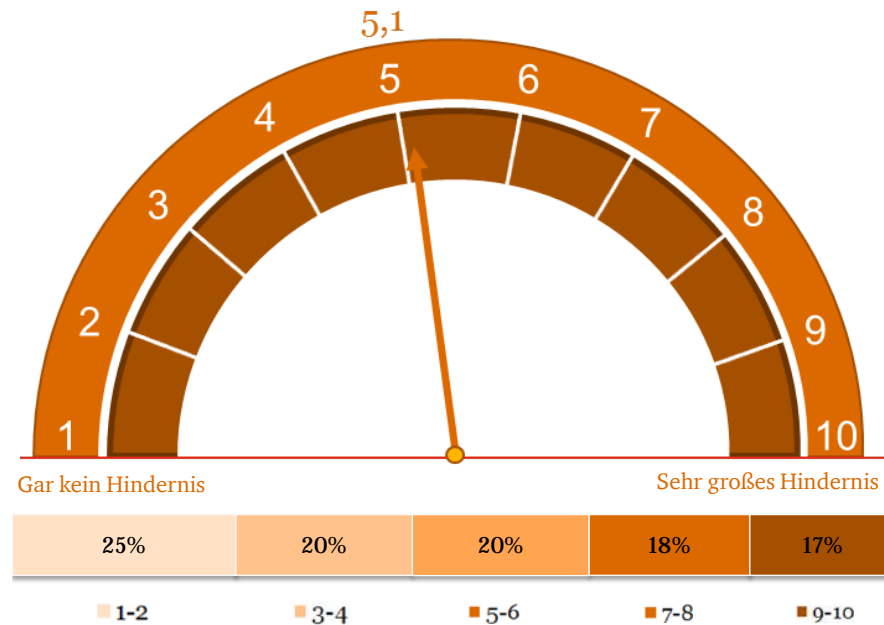
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=173).

Abbildung 39 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Finanzierung des Exportgeschäfts?



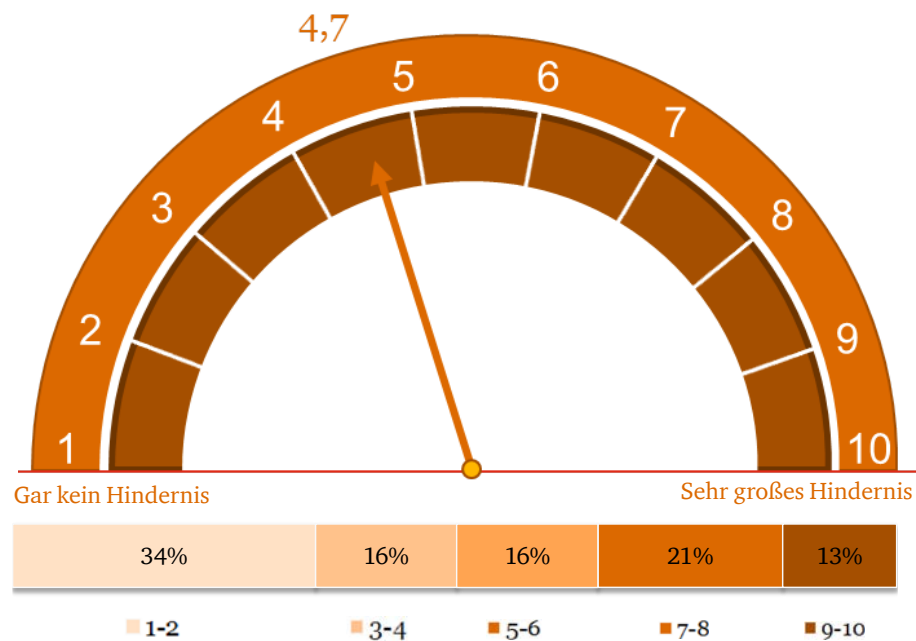
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=171).

Abbildung 40 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Fehlende Absicherung der Risiken des Exportgeschäfts?



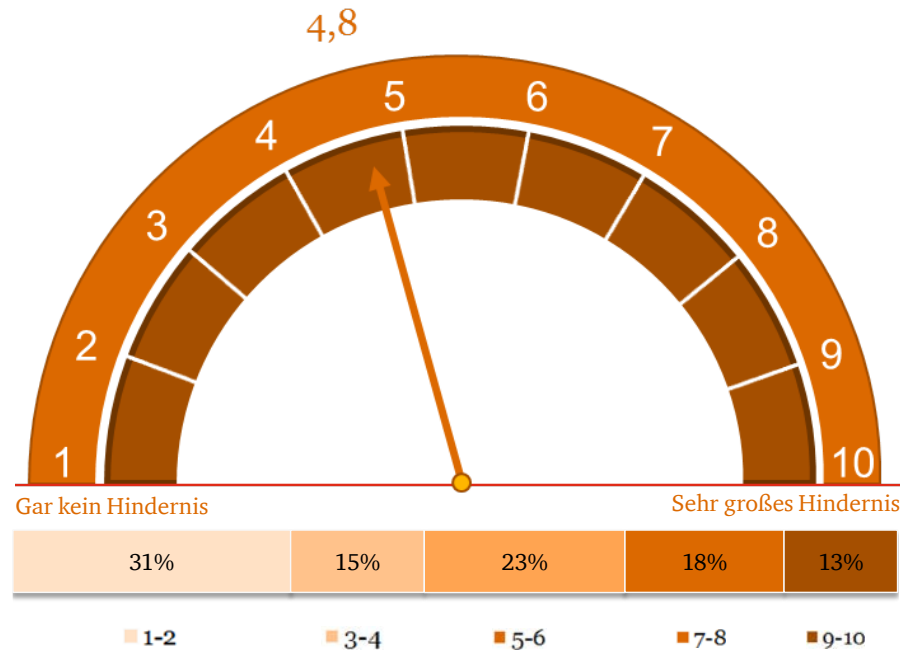
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=170).

Abbildung 41 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Probleme bei der Einfuhr von Produkten (z.B. Zoll, Genehmigungen)?



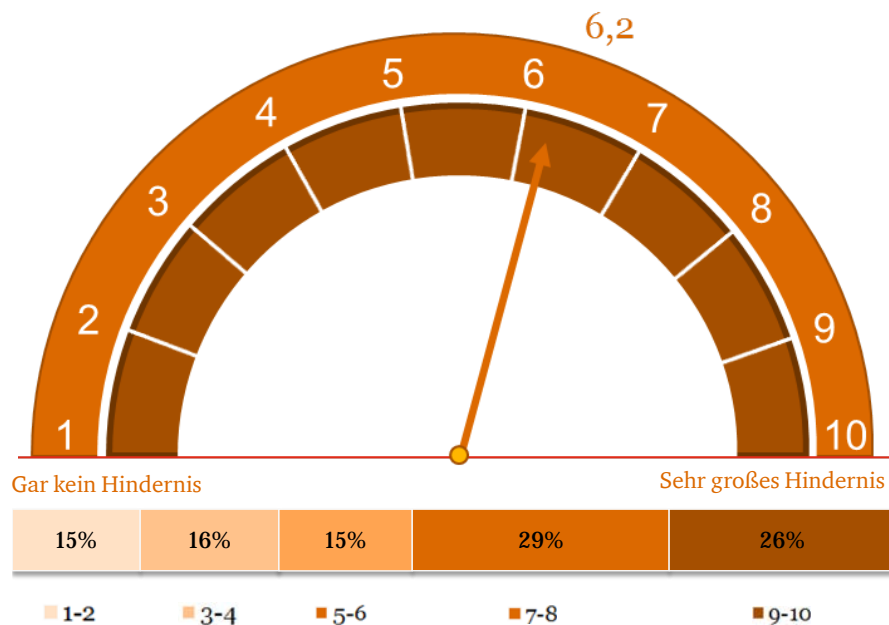
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=163).

Abbildung 42 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Fehlende Kenntnisse der Sprache oder der Kultur des Ziellandes?



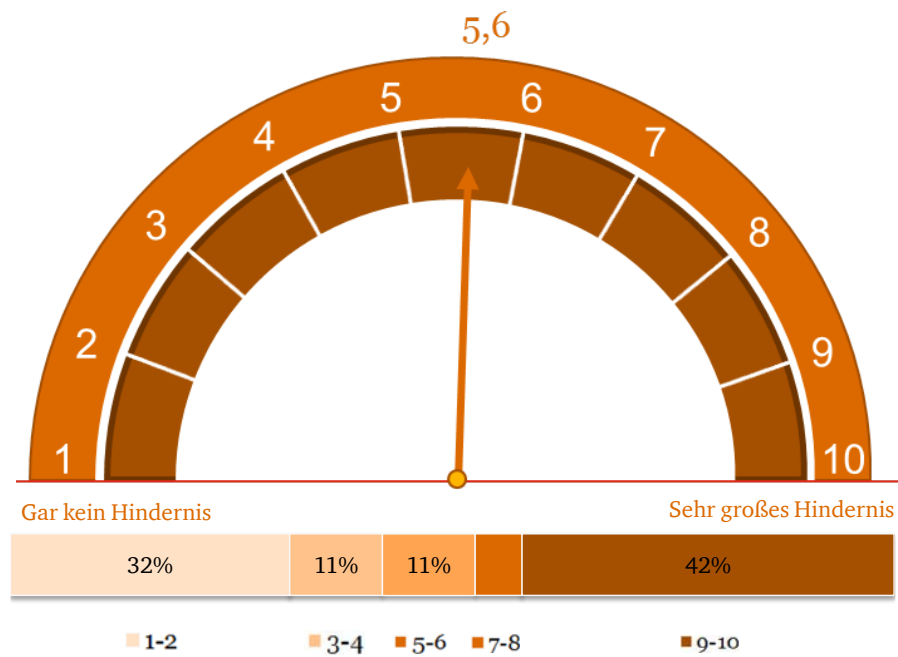
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=172).

Abbildung 43 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – Fehlende Zeitliche/personelle Ressourcen, um ausländische Märkte zu bearbeiten?



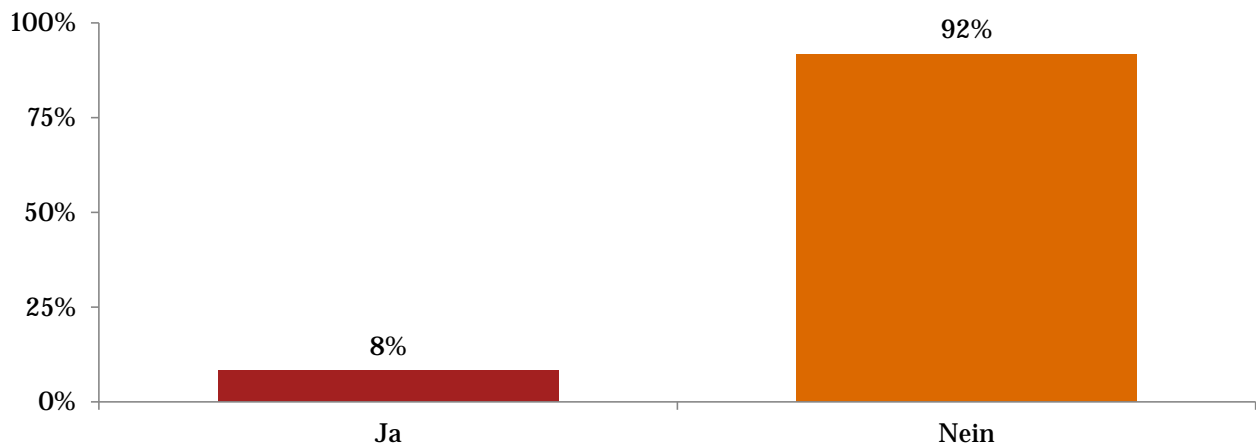
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=172).

Abbildung 44 - Hindernisse und Herausforderungen für Auslandsaktivitäten – sonstiges?



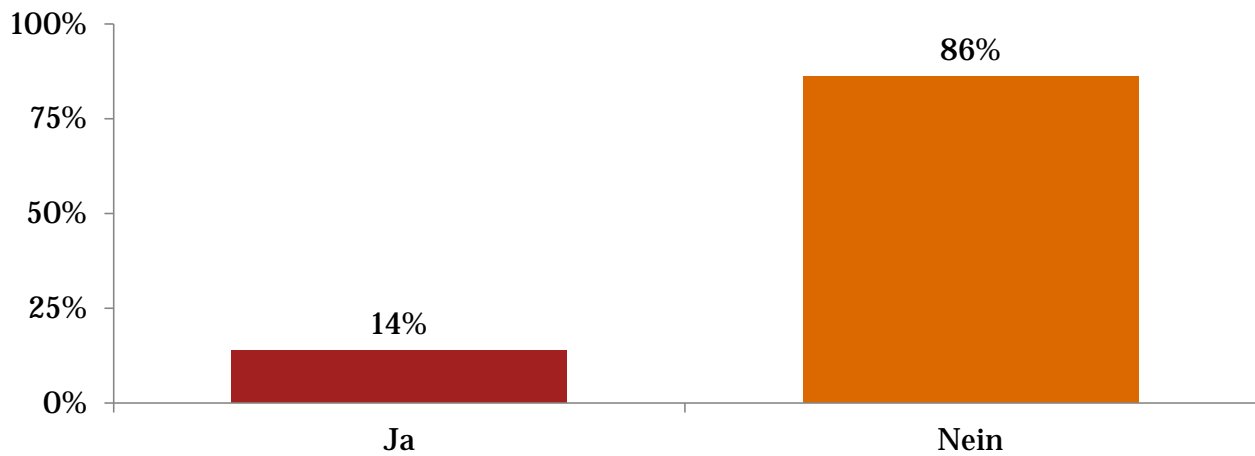
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=19).

Abbildung 45 - Sind ausländische Investoren an Ihrem Unternehmen beteiligt?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

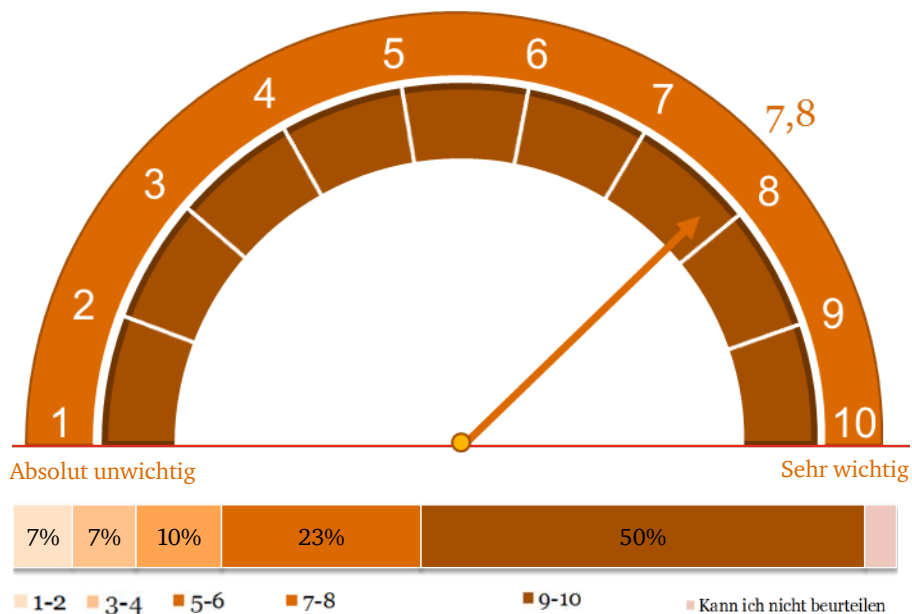
Abbildung 46 - Sind Sie mit dem Ziel, sich international zu vernetzen, Mitglied in Vereinigungen/Organisationen?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

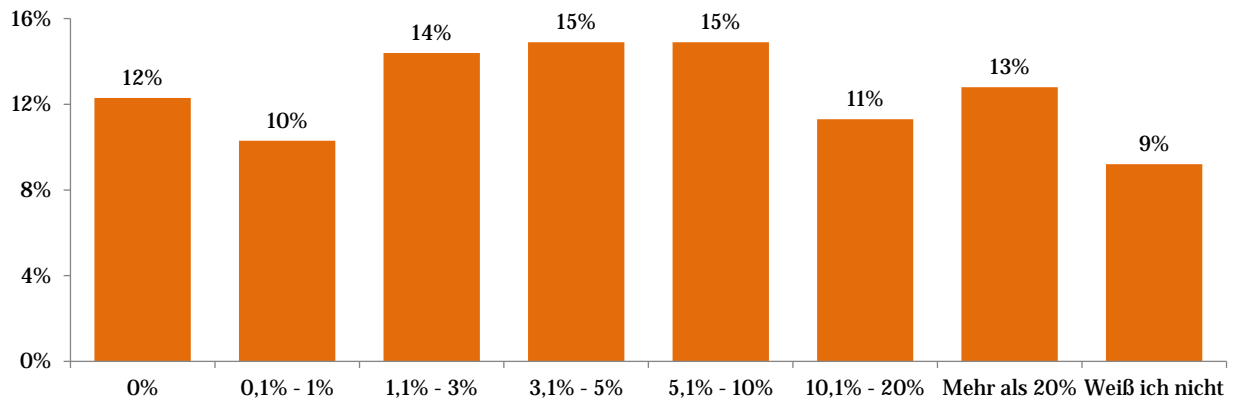
d) Bedeutung von Innovationen und F&E

Abbildung 47 - Wie wichtig ist das Thema Innovation – die Weiterentwicklung sowie Forschung und Entwicklung von Produkten, Prozesse und/oder Dienstleistungen – für Ihr Unternehmen?



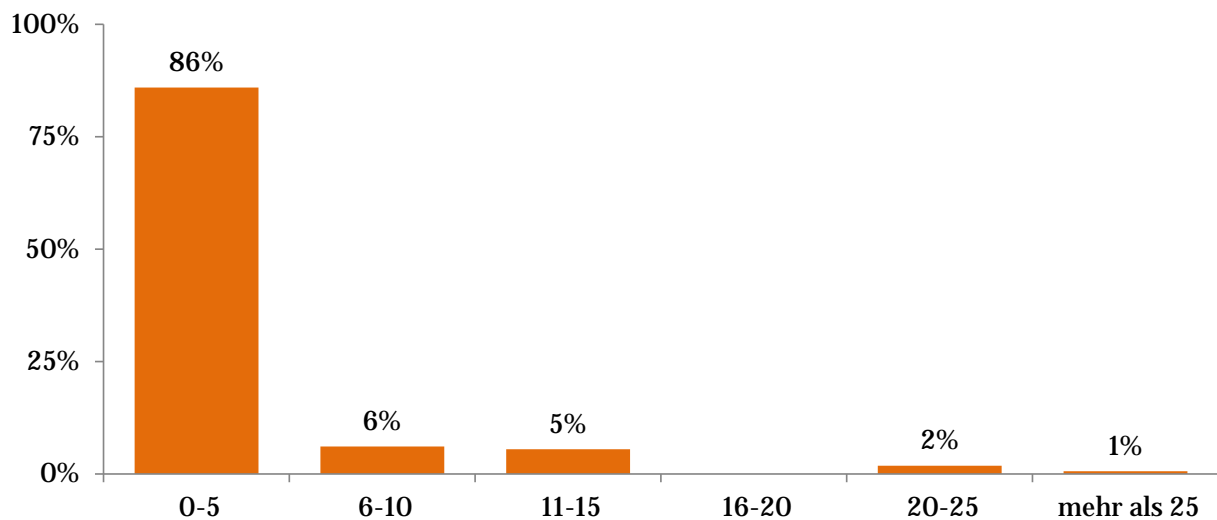
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=188).

Abbildung 48 - Wie groß ist etwa der Anteil der Aufwendungen für Forschung und Entwicklung bezogen auf den jährlichen Umsatz Ihres Unternehmens?

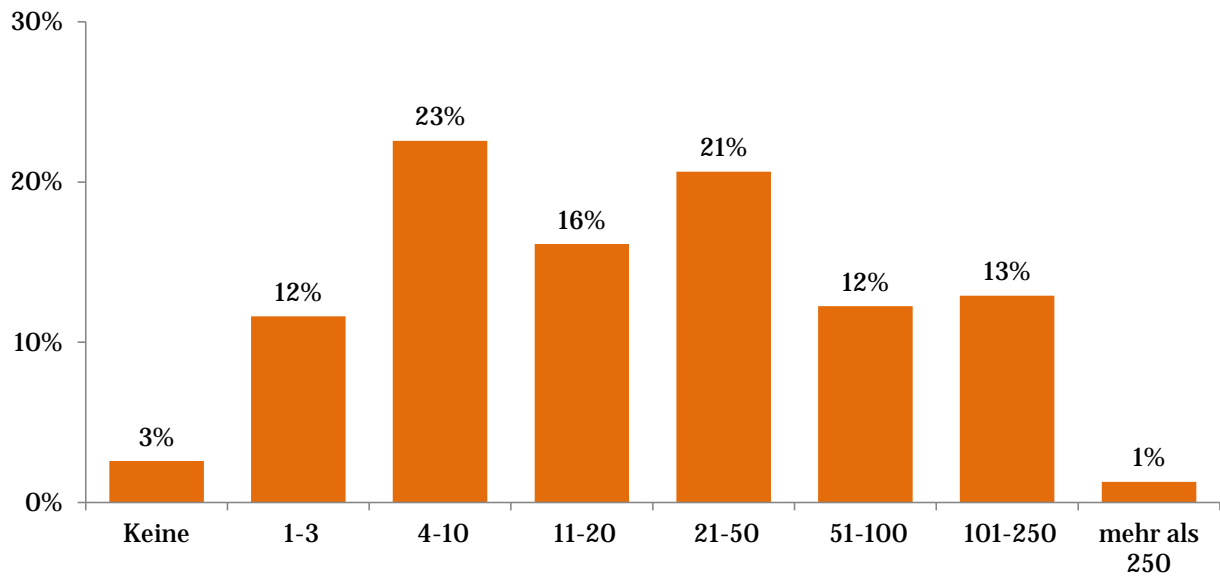


Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

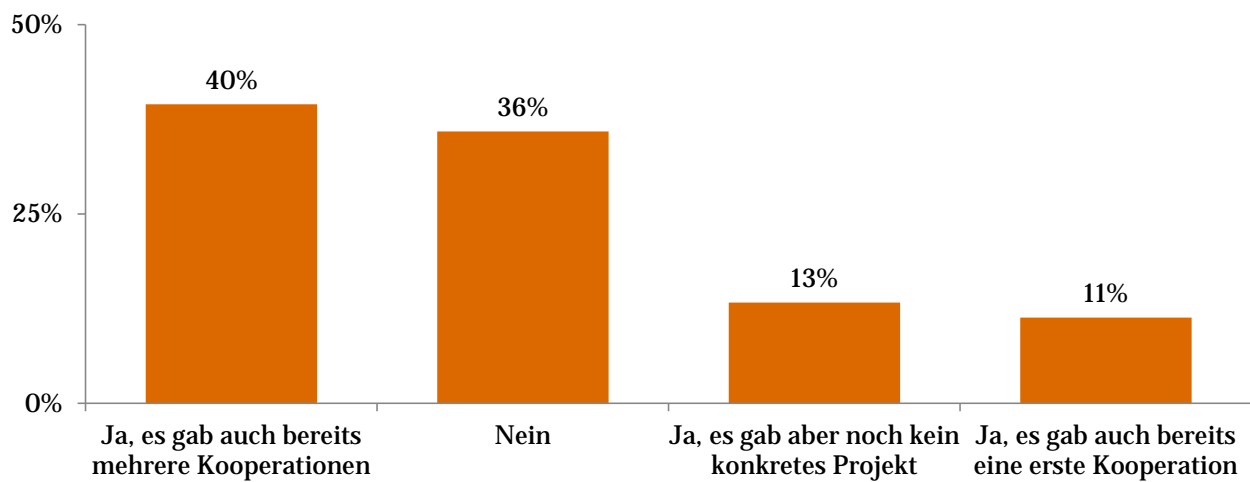
Abbildung 49 - Wie viele **Mitarbeiter** Ihres Unternehmens sind überwiegend im **Bereich Forschung und Entwicklung** beschäftigt?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=164).

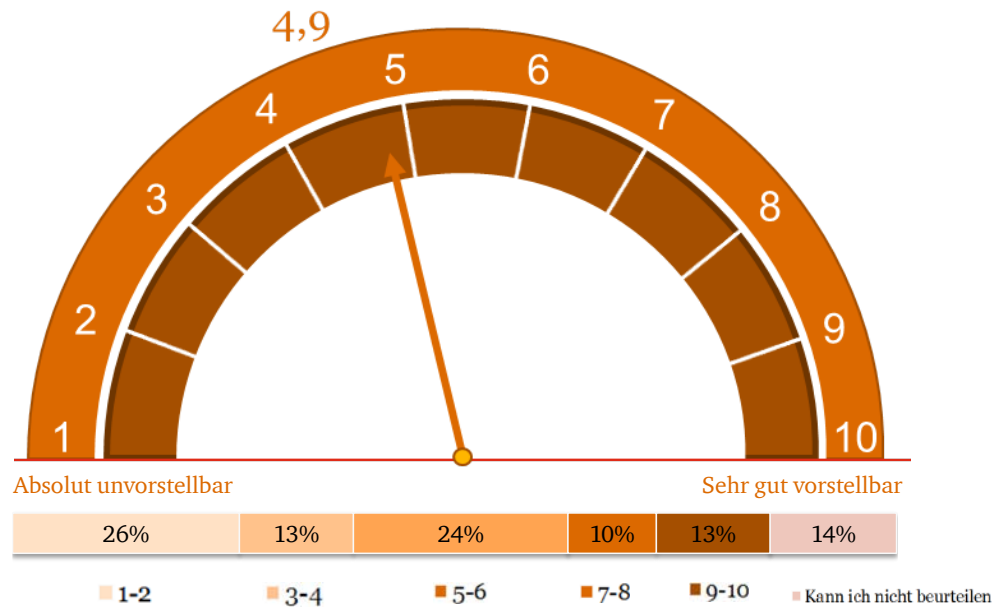
Abbildung 50 - Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen insgesamt beschäftigt?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=155).

Abbildung 51 - Haben Sie Kontakt zu Hochschulen oder Forschungseinrichtungen?

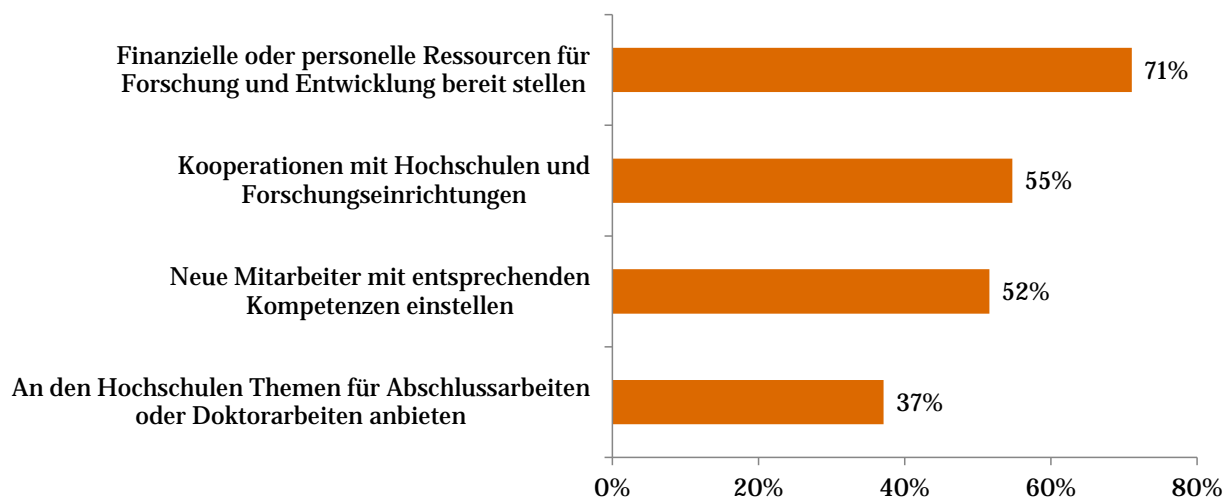
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

Abbildung 52 - Sie hatten bisher keinen Kontakt zu Hochschulen oder Forschungseinrichtungen. Können Sie sich vorstellen, zusammen mit einer Hochschule oder Forschungseinrichtung ein Innovationsvorhaben durchzuführen, um ein Produkt oder Verfahren (weiter) zu entwickeln?



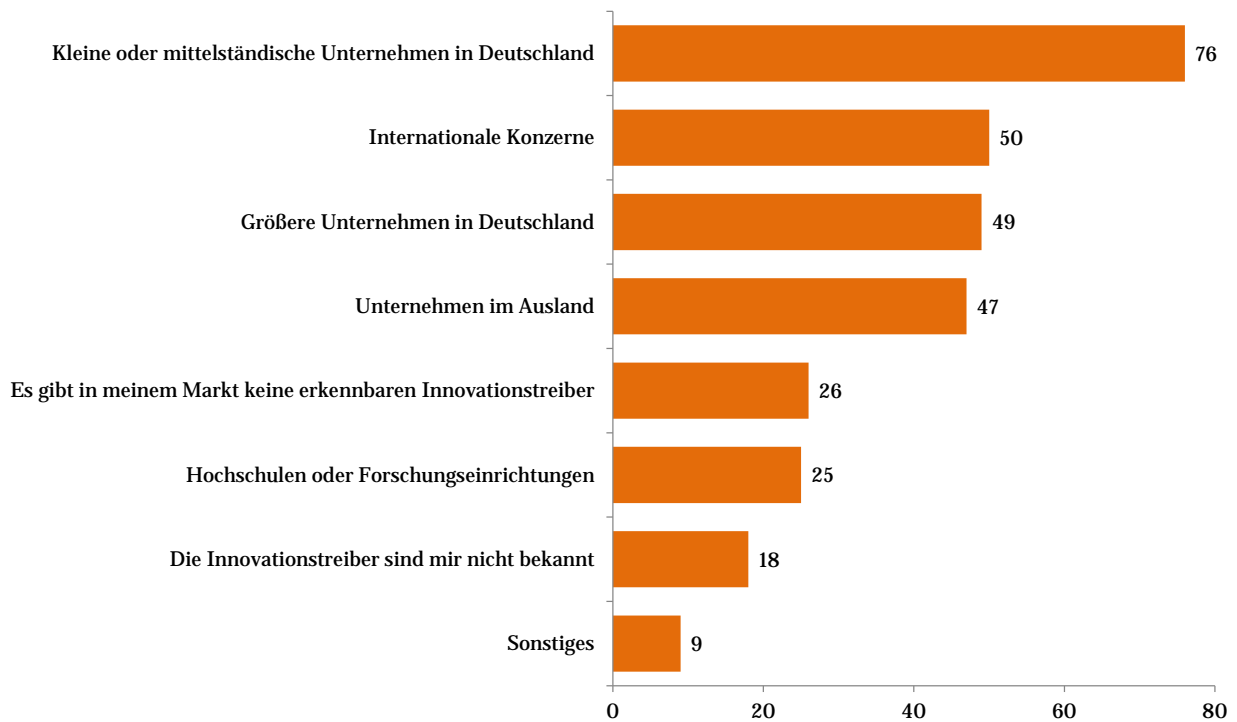
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=70).

Abbildung 53 - Welche Maßnahmen ergreifen Sie oder haben Sie ergriffen, um Innovationen (d.h. die Weiterentwicklung sowie Forschung und Entwicklung von Produkten, Prozessen und/oder Dienstleistungen) voranzutreiben?



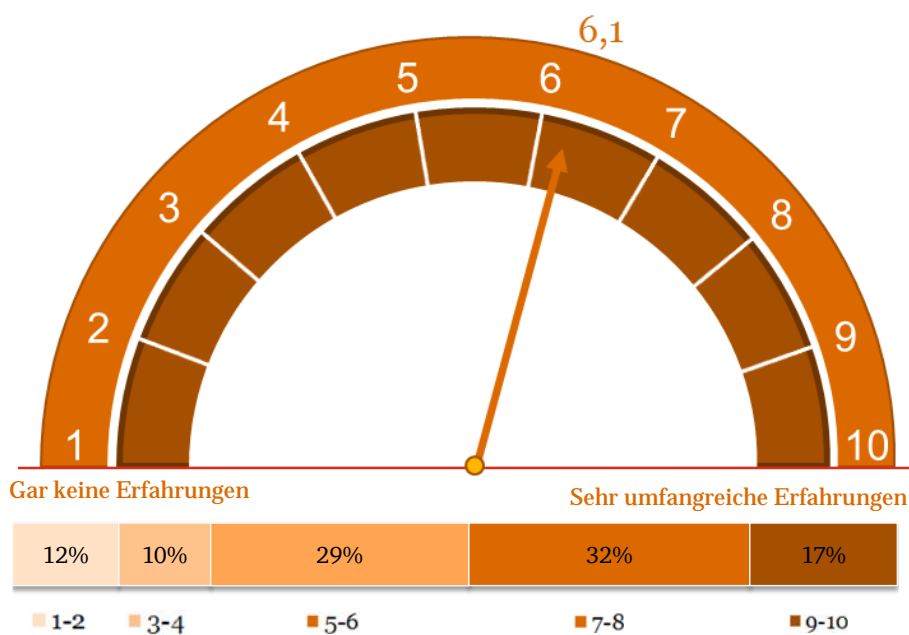
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=159); Mehrfachnennungen möglich.

Abbildung 54 - Wer sind die wichtigsten Innovationstreiber auf dem Markt?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=185); Mehrfachnennungen möglich.

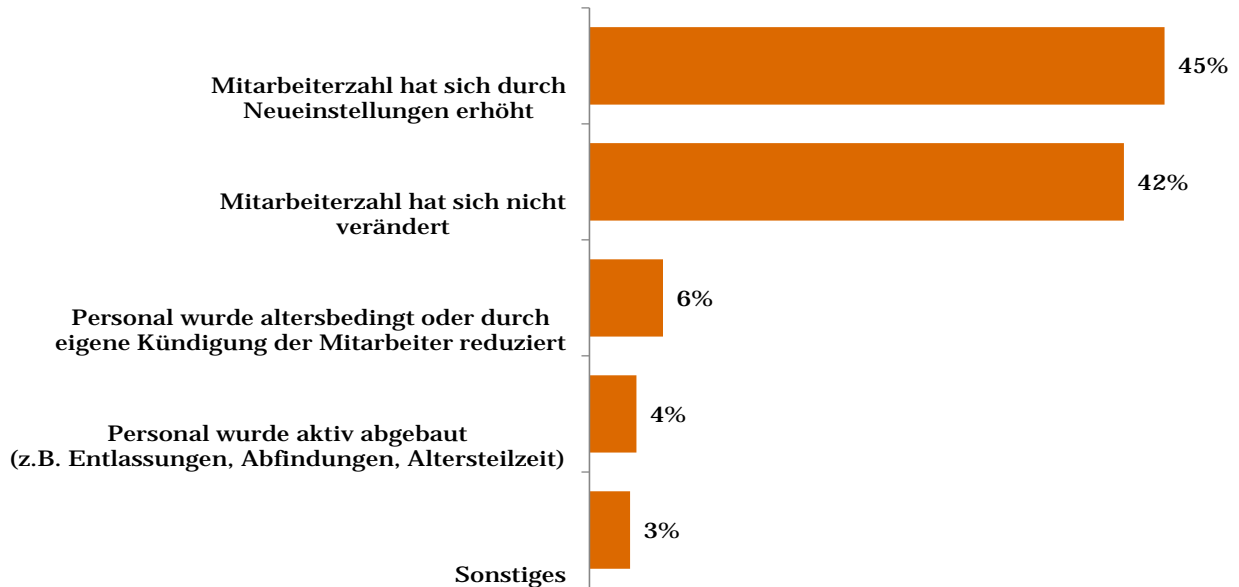
Abbildung 55 - Wie groß sind Ihre Erfahrungen bzw. die in Ihrem Unternehmen vorhandenen Erfahrungen mit der Markteinführung neuer Produkte und/oder Dienstleistungen?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=192).

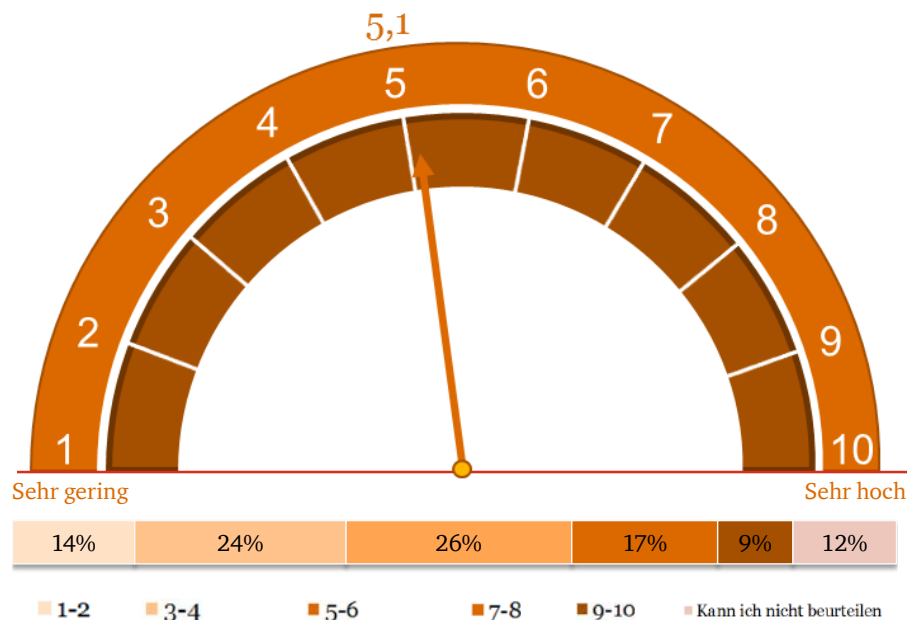
e) Personalwirtschaft der befragten Unternehmen

Abbildung 56 - Wie war die Personalentwicklung Ihres Unternehmens in den letzten drei Jahren?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=190).

Abbildung 57 - Wenn in Ihrem Unternehmen eine Stelle zu besetzen ist: Wie einfach oder wie schwierig ist es, einen qualifizierten Mitarbeiter zu finden - bzgl. Anzahl der Bewerber?



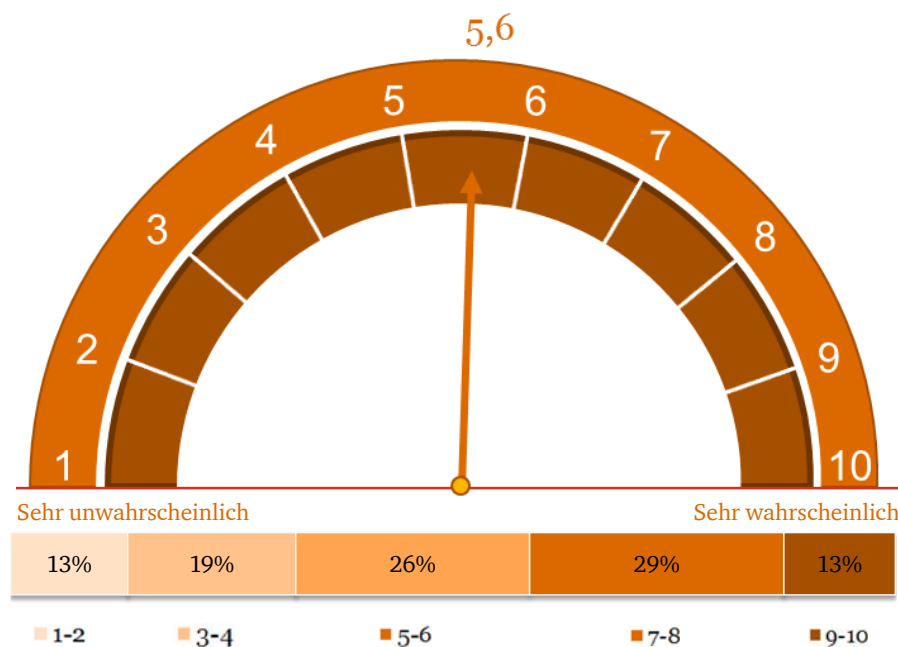
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=188).

Abbildung 58 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können - **ungelernter Mitarbeiter?**



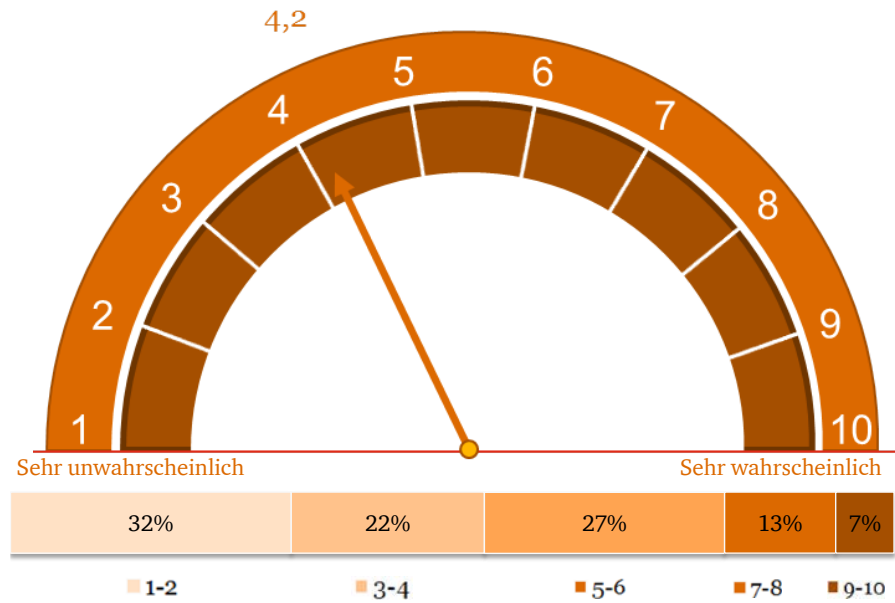
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=148).

Abbildung 59 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können - **Fachkraft?**



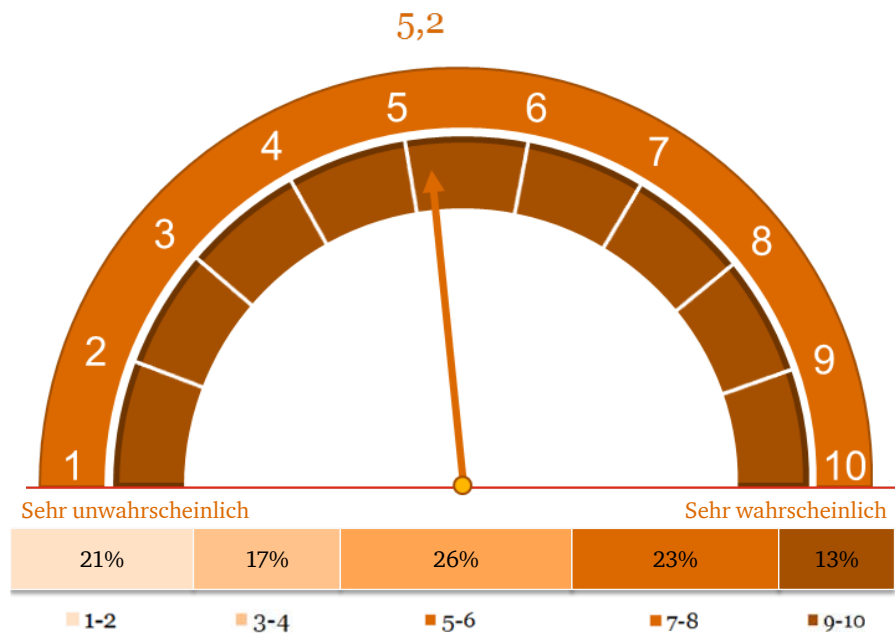
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=174).

Abbildung 60 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können - **Ingenieur?**



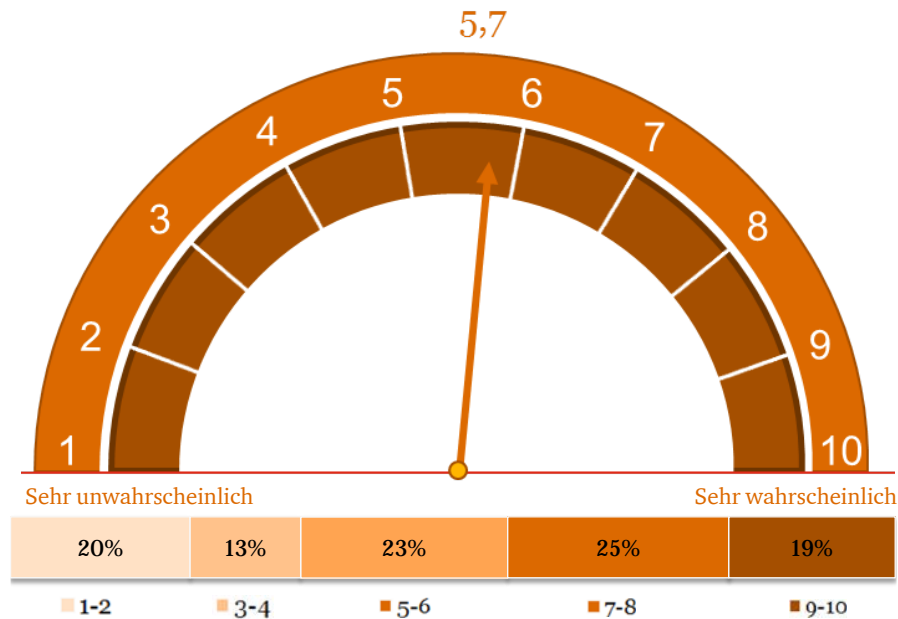
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=151).

Abbildung 61 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können - **Betriebswirt/Kaufmann?**



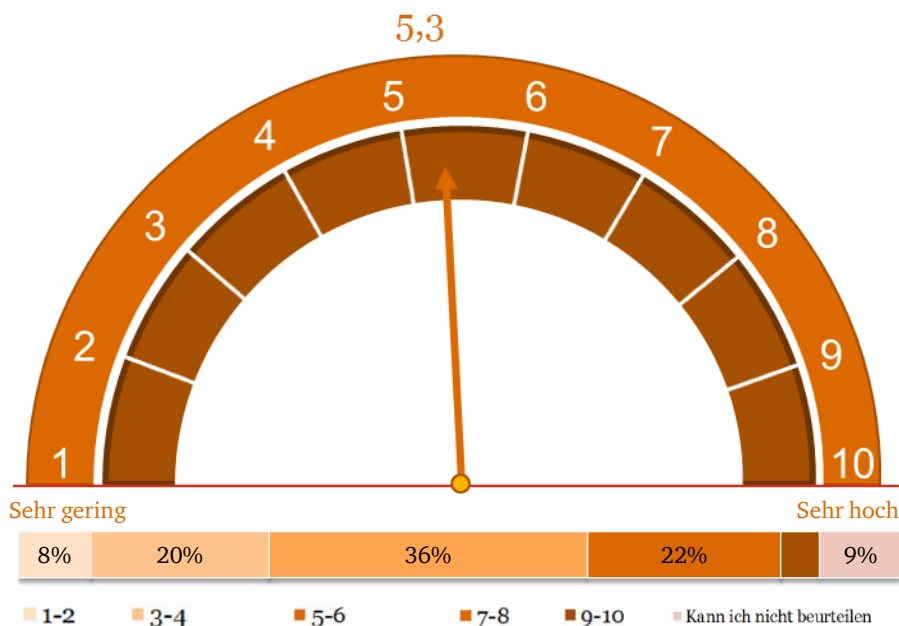
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=145).

Abbildung 62 - Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie eine freie Stelle in Ihrem Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Monaten besetzen können - **sonstige Mitarbeiter?**



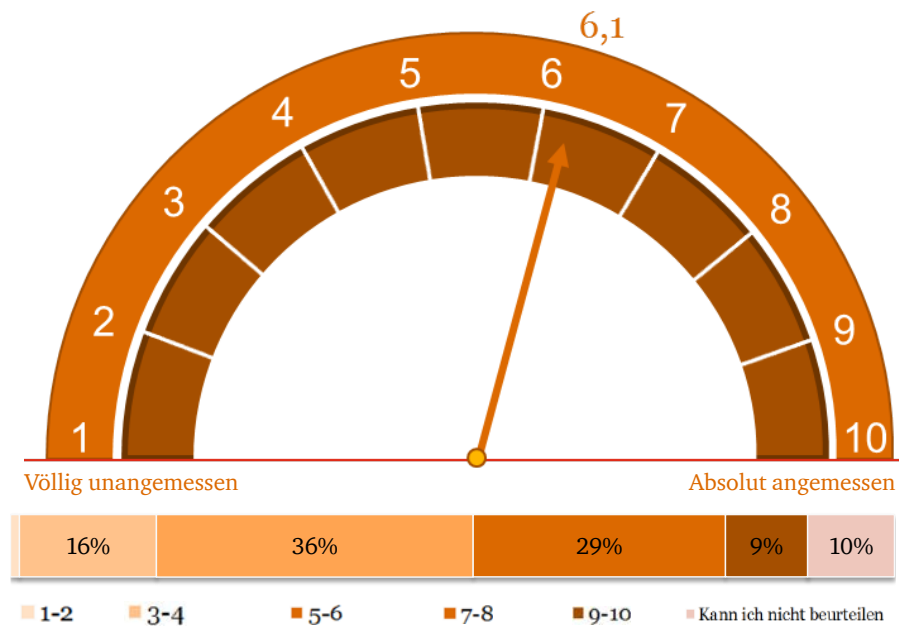
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=64).

Abbildung 63 - Wenn in Ihrem Unternehmen eine Stelle zu besetzen ist: Wie einfach oder wie schwierig ist es, einen qualifizierten Mitarbeiter zu finden - bzgl. **durchschnittlicher Qualifikation / Anforderungen der Stelle?**



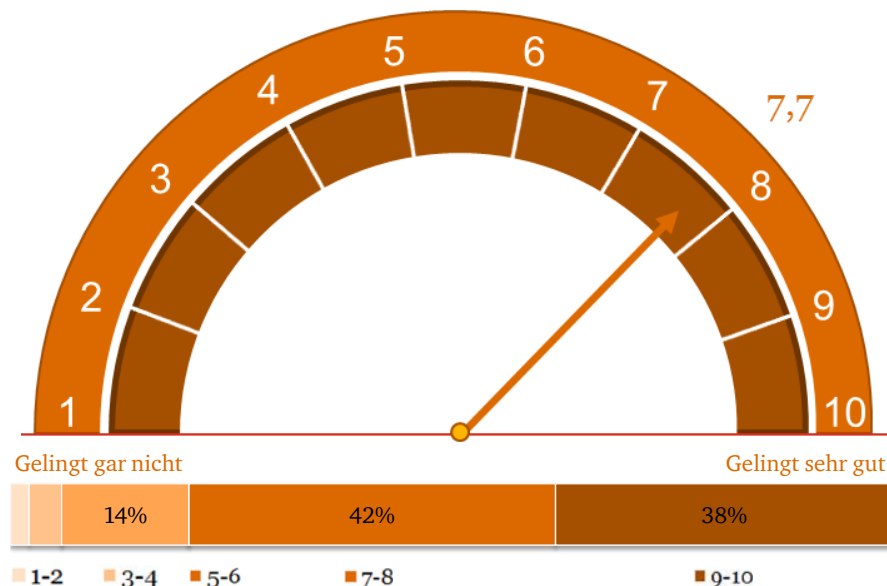
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=183).

Abbildung 64 - Wenn in Ihrem Unternehmen eine Stelle zu besetzen ist: Wie sind die **Gehaltsvorstellungen** der Bewerber im Verhältnis zu den Anforderungen der Stelle?



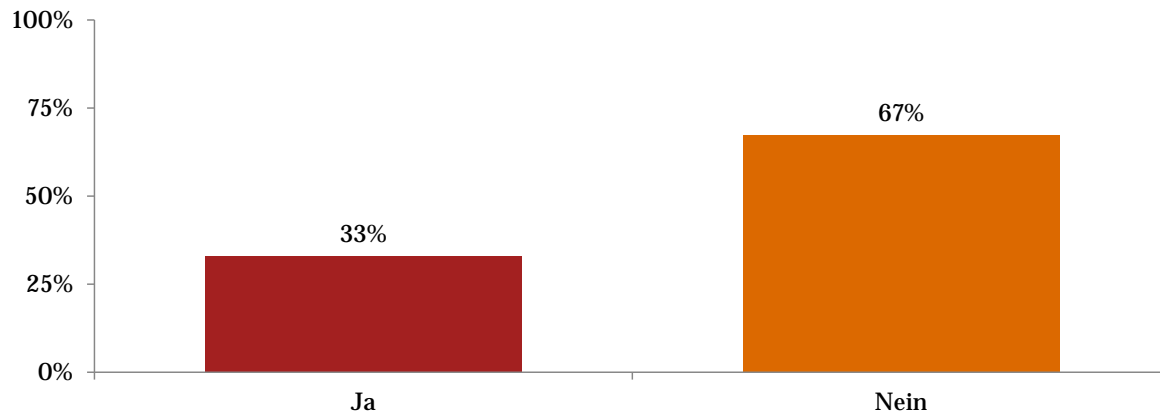
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=193).

Abbildung 65 - Wie gut gelingt es Ihnen, qualifizierte Mitarbeiter langfristig an Ihr Unternehmen zu binden?



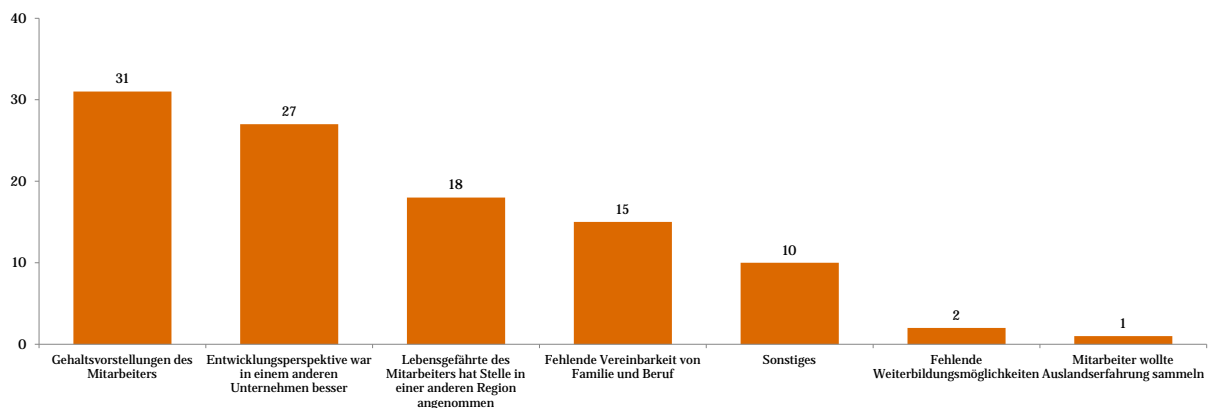
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=188).

Abbildung 66 - Haben Sie Mitarbeiter verloren, die Sie gerne im Unternehmen gehalten hätten?



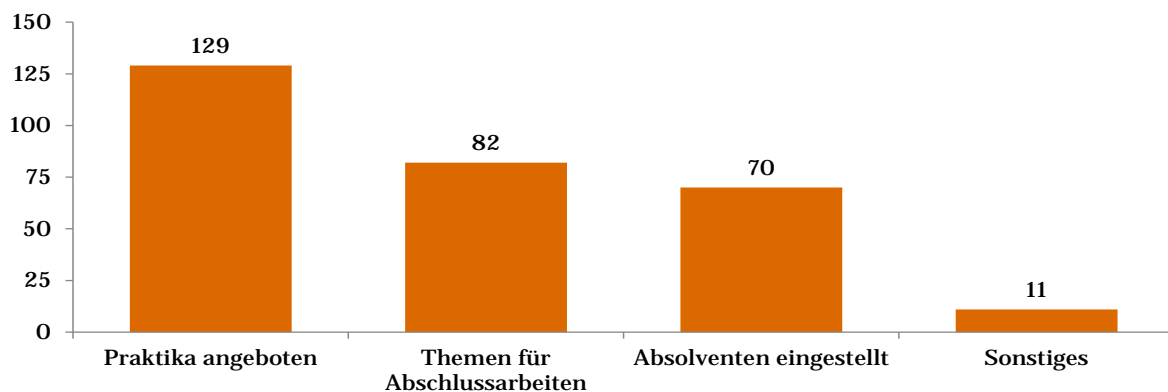
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=195).

Abbildung 67 - Aus welchen Gründen konnten Sie den/die Mitarbeiter nicht im Unternehmen halten?



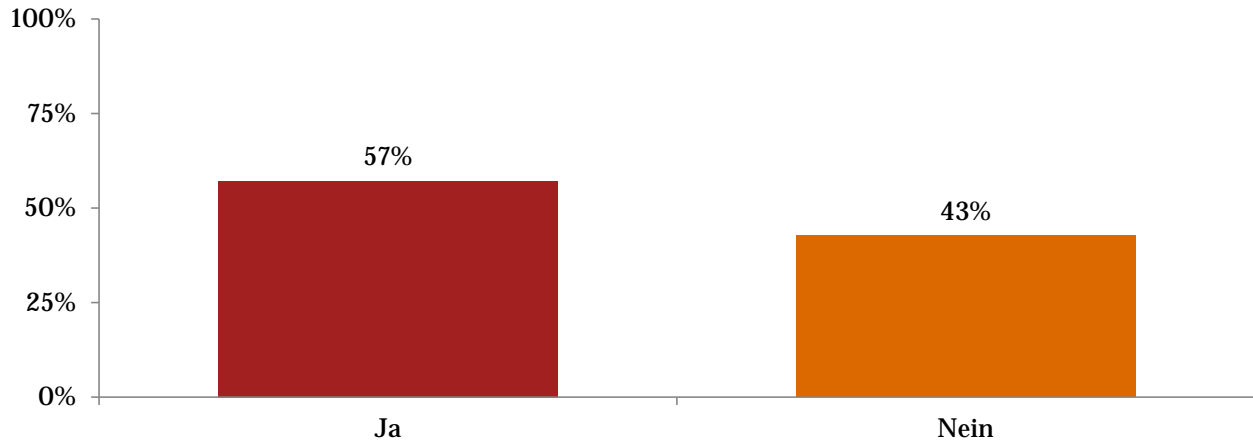
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=61).

Abbildung 68 - Haben Sie eine der folgenden Maßnahmen getroffen, um Studenten/Absolventen für Ihr Unternehmen zu interessieren?



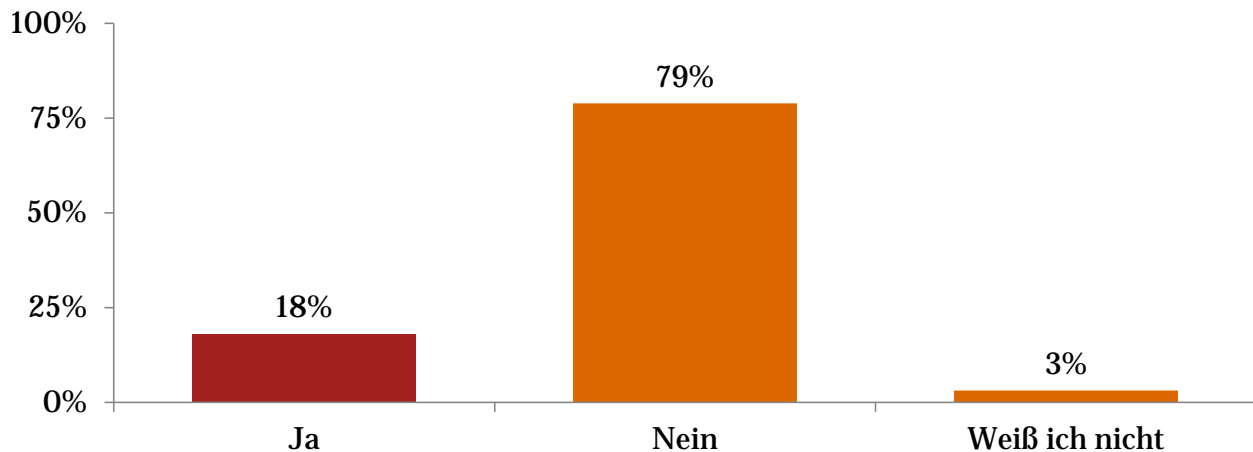
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=149).

Abbildung 69 - Wenn Sie Maßnahmen getroffen haben, um Studenten/Absolventen für Ihr Unternehmen zu interessieren: Konnten Sie durch die Maßnahmen einen oder mehrere neue Mitarbeiter gewinnen?



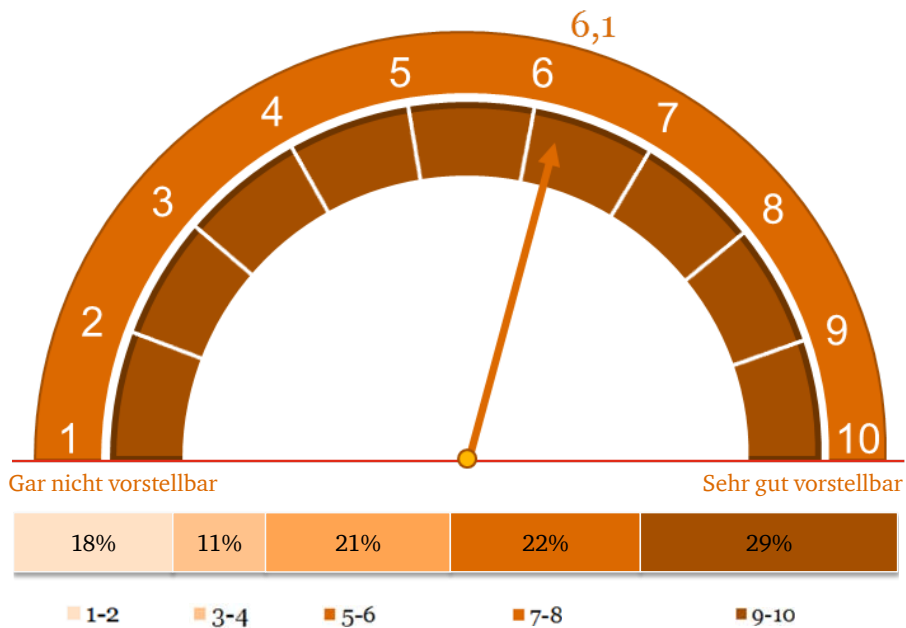
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=159).

Abbildung 70 - Sind in Ihrem Unternehmen Mitarbeiter beschäftigt, die vorher nicht in Deutschland beruflich tätig oder wohnhaft waren?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=194).

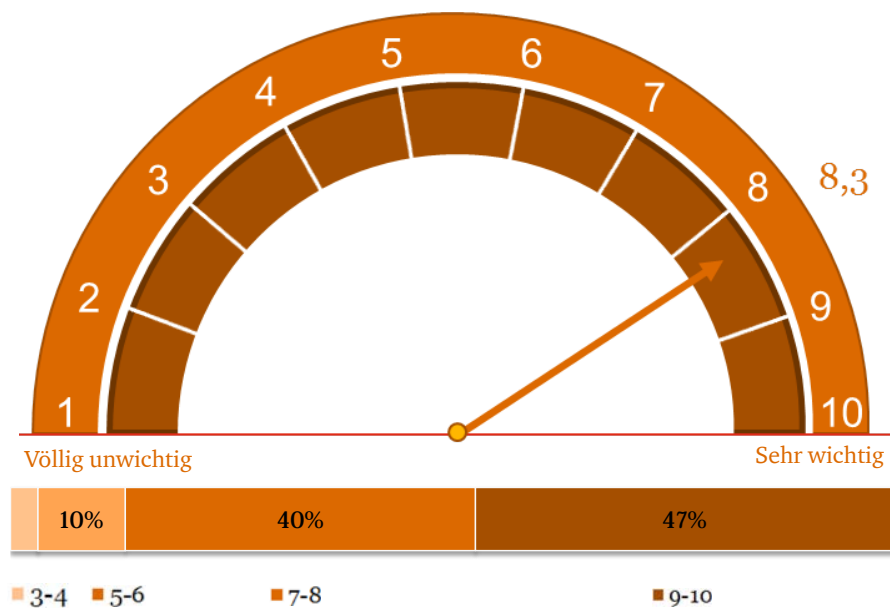
Abbildung 71 - Können Sie sich vorstellen, Mitarbeiter aus dem Ausland einzustellen, die nicht bereits in Deutschland beruflich tätig oder wohnhaft waren?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=172).

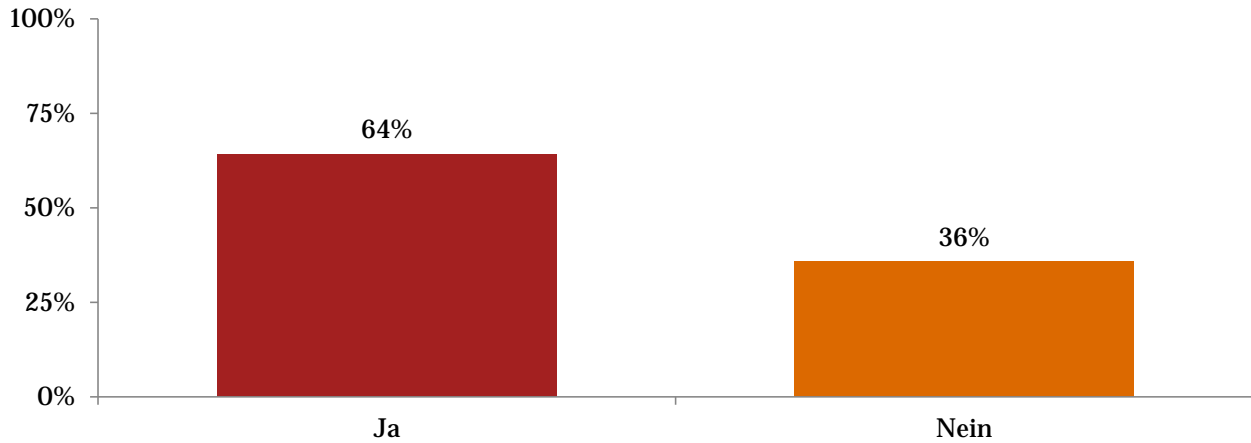
f) Weiterbildung von Mitarbeitern

Abbildung 72 - Wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Weiterbildung von Mitarbeitern?



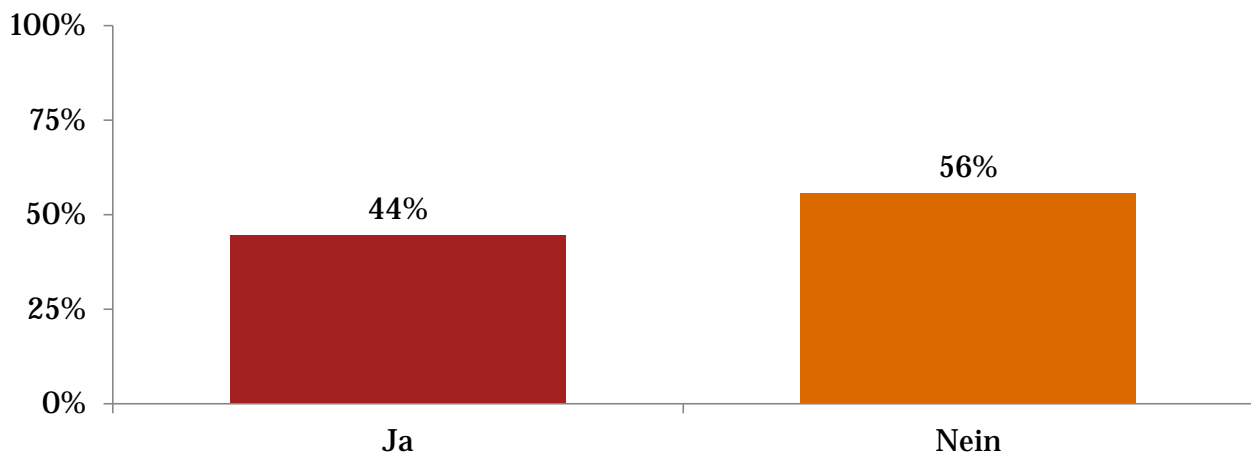
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=192).

Abbildung 73 - Würden Sie Mitarbeiter vorübergehend freistellen, um ihnen eine berufsbezogene Weiterbildung (Hochschule) zu ermöglichen?



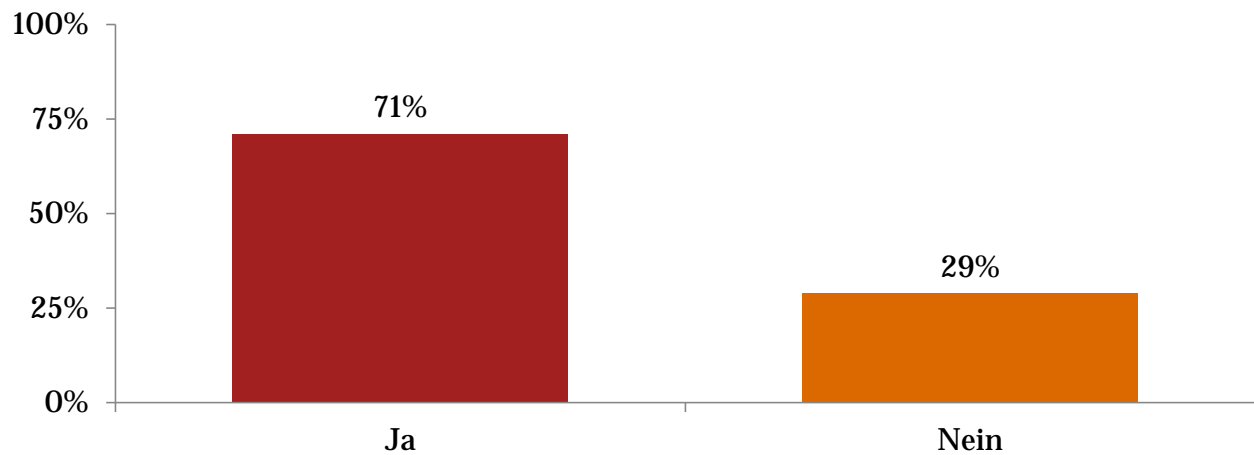
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=185).

Abbildung 74 - Können Sie sich vorstellen, einen Mitarbeiter für mehrere Monate in eine Forschungseinrichtung zu entsenden, um seine technischen Kompetenzen weiterzuentwickeln?



Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=187).

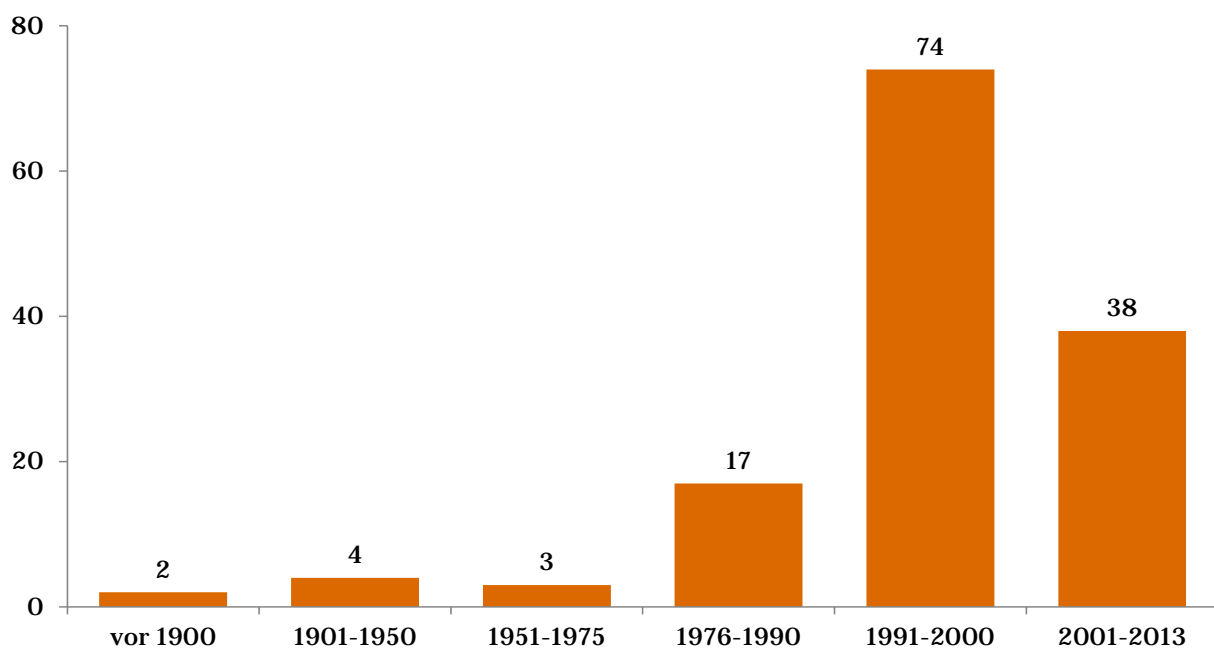
Abbildung 75 - Können Sie sich vorstellen, Mitarbeiter zum Erlernen von Fremdsprachen oder für andere Fortbildungen teilweise freizustellen?



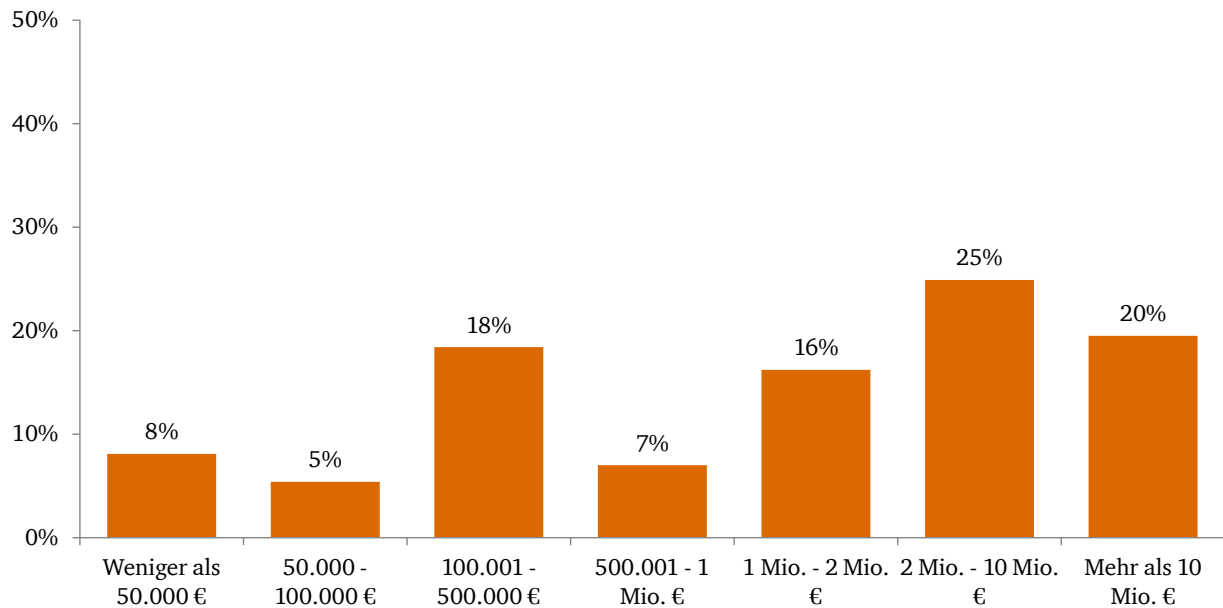
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=187).

g) Merkmale der teilnehmenden Unternehmen

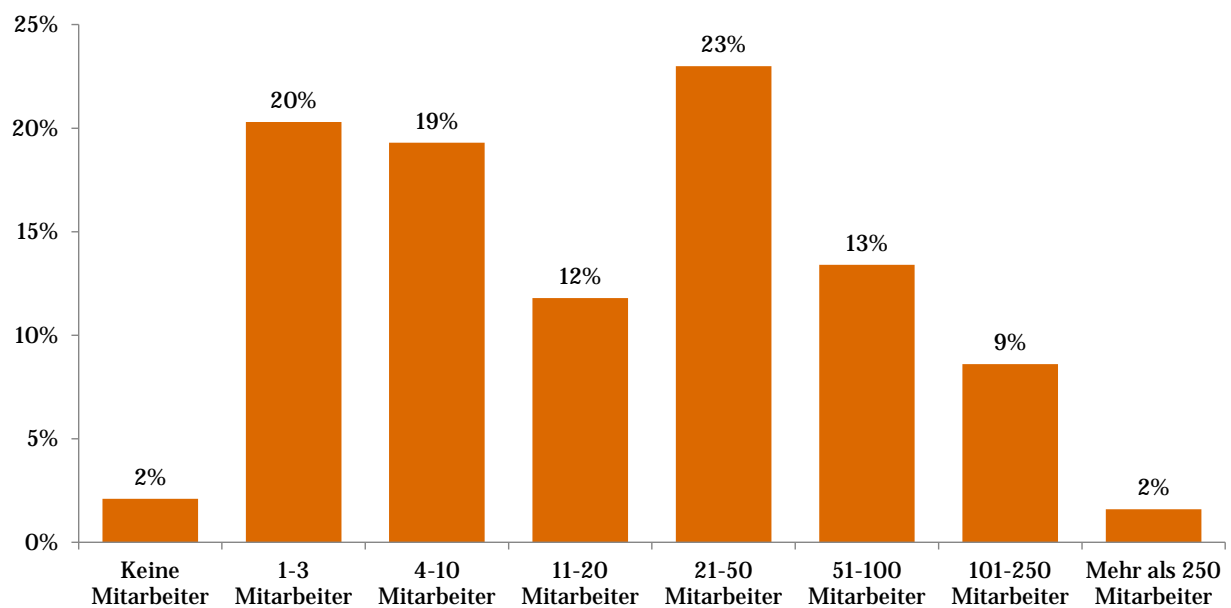
Abbildung 76 - In welchem Jahr wurde Ihr Unternehmen gegründet?



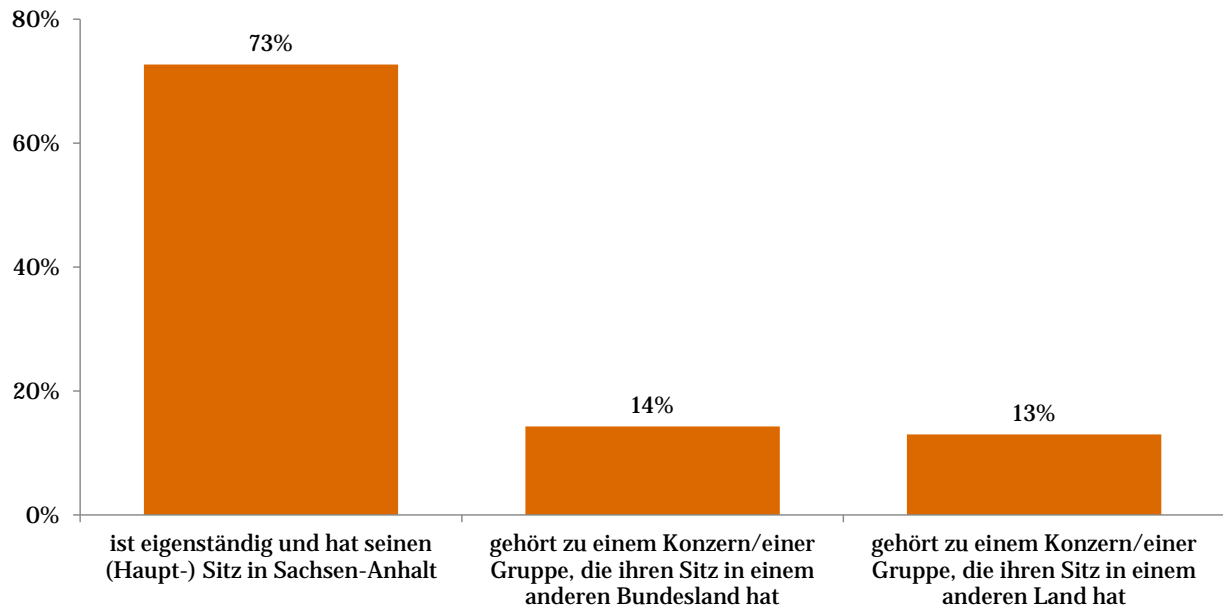
Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=138).

Abbildung 77 - Welchen Jahresumsatz hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr erwirtschaftet?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=184).

Abbildung 78 - Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen im letzten Jahr beschäftigt (Angabe in Vollzeitäquivalenten)?

Quelle: PwC Unternehmensbefragung, n=187.

Abbildung 79 - Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an: Ihr **Unternehmen...**

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=77); die Frage wurde ausschließlich den Unternehmen gestellt, die im Kontaktdatenatz der Kammern enthalten waren.

4. Auswertung der Branchenzugehörigkeit

Abbildung 80 - Branchenzugehörigkeit der befragten Unternehmen

Branche	Anteil in %	Branche	Anteil in %
Glasindustrie	0.0%	Kreativwirtschaft	2.8%
Post- und Telekommunikation	0.0%	Automobilzuliefererindustrie	3.3%
Energiewirtschaft	0.5%	Bio- und Gentechnologie	3.3%
Bergbau	0.6%	Naturstoffverarbeitung	3.3%
Freie Berufe	0.6%	Bauindustrie	6.0%
Mobilitätswirtschaft und Logistik	0.6%	Handel	6.0%
Papier	0.6%	Ernährungsgewerbe	6.6%
Medizintechnik	1.1%	Chemie	10.4%
Holzverarbeitende Industrie	1.7%	Dienstleistung	13.2%
Pharmazeutische Industrie	1.7%	Sonstiges	15.4%
Informations- und Kommunikationstechnologie	2.8%	Maschinenbau	19.8%

Quelle: PwC Unternehmensbefragung (n=182).