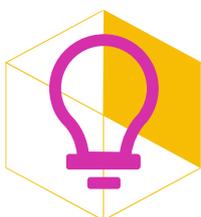


# Zukunftsthemen und Unterstützungsbedarfe von KMU in MV im Jahr 2025

Zusatzschwerpunkte:  
Künstliche Intelligenz & Weiterbildung



**Untersuchungsbericht**

Dr. Jan Vitera, Universität Greifswald

## Einführung – Was erwartet Sie?

*Zukunftsthemen* verstehen wir als Herausforderungen und Entwicklungsthemen, deren Bewältigung aus Sicht eines Unternehmens entscheidend dafür ist, ob es (auch) zukünftig erfolgreich ist. In diesem Kontext liefert der Untersuchungsbericht Antworten auf folgende Fragen:

- Welchen Zukunftsthemen wollen sich Kleinunternehmen, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Jahr 2025 widmen?
- Inwieweit wünschen sich die Unternehmen bei der Bewältigung dieser Themen Unterstützung?
- Inwieweit nutzen KMU bereits Künstliche Intelligenz (KI) und was nehmen sie sich für das Jahr 2025 vor? Was sind derzeitige und was geplante Anwendungsfälle in den Unternehmen?
- Aus welchen Gründen beschäftigen sich KMU nicht mit digitalen Technologien?
- Welche Rolle spielt der Bereich Weiterbildung für die Unternehmen, welche Faktoren sind hierbei entscheidend und welche Erwartungen haben sie an Weiterbildungsangebote hinsichtlich der Themen, Methode und Zeit?

Die Ergebnisse gehen aus einer telefonischen Befragung im November 2024 hervor. Befragt wurden 510 KMU in Mecklenburg-Vorpommern. Bei der Zusammensetzung der Stichprobe wurde darauf geachtet, dass sie hinsichtlich der Branchen und Unternehmensgrößen in etwa der Verteilung im Bundesland entspricht. Dabei orientieren wir uns an der Brancheneinteilung des Landesamtes für innere Verwaltung.

In folgender Weise berichten wir über die Befragungsergebnisse. Zunächst wird dargestellt, von welchen Unternehmen und Personen die Daten stammen. Dann erfolgt eine allgemeine Orientierung, welchen Bereichen die Unternehmen ihre Zukunftsthemen zuordnen. Die Unternehmen können ihre Themen fünf Bereichen zuordnen: Menschen, Produkte & Dienstleistungen, Strukturen & Prozesse, Digitalisierung & Technologien und Sonstiges. Jeder Bereich wird detaillierter beleuchtet und folgt hierbei der gleichen Schrittfolge: Erst werden die konkreten Zukunftsthemen gezeigt, denen sich die KMU im Jahr 2025 widmen wollen. Für jedes Zukunftsthema wird dann betrachtet, inwieweit sich die Unternehmen Unterstützung wünschen. Wir stellen zudem die für 2025 geplante sowie die aktuelle Nutzung von KI dar und zeigen die Erklärungen von Unternehmen, falls sie im Bereich Digitalisierung & Technologien kein Zukunftsthema verfolgen. Abschließend widmen wir uns dem Bereich Weiterbildung. Es werden der Stellenwert aus Sicht der KMU betrachtet, die Gründe für die Einschätzungen der Unternehmen und ihre Erwartungen an Weiterbildungsangebote.

Die Ergebnisse möchten wir solchen Akteuren im Land zur Verfügung stellen, die mit Unternehmen arbeiten, eigene

Unterstützungsformate anbieten oder auf die Rahmenbedingungen von KMU Einfluss nehmen können.

Wir verstehen dieses Whitepaper als eine überblicksartige Ergebnisdarstellung anhand von Abbildungen. Insbesondere auf zwei Schritte möchten wir hinweisen, zu denen wir im Anschluss an die Betrachtung der Abbildungen ermutigen wollen:

1. Die Ergebnisse bedürfen einer Interpretation, zu der wir ausdrücklich einladen und an der wir uns beispielsweise im Rahmen von Gesprächen und Veranstaltungen gern beteiligen.
2. Es treten womöglich zusätzliche, vertiefende Fragestellungen auf, auf die wir mit unseren Daten eingehen können. Zum Beispiel wenn es um die Unterteilung der Ergebnisse nach Branchen oder Regionen geht.

Bitte kommen Sie in beiden Fällen sowie bei Fragen und Anregungen auf uns zu.

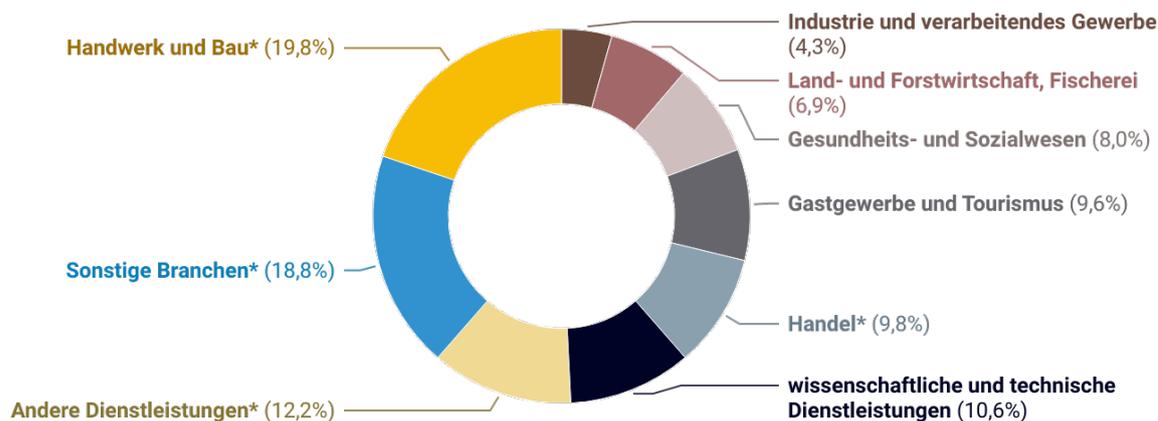
### Überblick

Wen haben wir befragt? .....	3
Überblick: Wo verorten KMU ihre Zukunftsthemen 2025? .....	4
Bereich Menschen.....	4
Bereich Strukturen & Prozesse.....	5
Bereich Produkte & Dienstleistungen .....	6
Bereich Digitalisierung & Technologien .....	6
Weiterbildung .....	11

## Wen haben wir befragt?

An der telefonischen Befragung nahmen 510 KMU aus Mecklenburg-Vorpommern teil. Die Unternehmen verteilten sich weitestgehend gleichmäßig auf alle Landkreise und die kreisfreien Städte Rostock und Schwerin. Die Anzahl bewegte sich zwischen 61 KMU aus Nordwestmecklenburg und 66 KMU aus dem Landkreis Mecklenburgische Seenplatte. In den nachfolgenden Abbildungen zeigen wir die Verteilung der Stichprobe nach Branche und Unternehmensgröße sowie die Rollen, die die befragten Personen innehatten.

### VERTEILUNG NACH BRANCHE



Anmerkungen: \* = Gruppierungen von einzelnen Branchen: **Bau** umfasst Hochbau (1,0%), Tiefbau (0,6%), Sonstige Bau- und Handwerksunternehmen (1,0%); **Handel** umfasst Einzelhandel (8,4%) und Großhandel (1,4%); **Sonstige Branchen** umfasst Grundstücks- und Wohnungswesen (3,5%), Instandhaltung und Reparatur von Kfz (3,1%), Transport, Verkehr und Lagerei (2,9%), Kunst, Unterhaltung und Erholung (2,4%), Erziehung und Unterricht (1,8%), Erbringung von Finanz- und Versicherungsleistungen (1,6%), Energie (1,2%), Digitalwirtschaft (1,0%), Information und Kommunikation (1,0%), Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden (0,4%); **Andere Dienstleistungen** umfasst all diejenigen Unternehmen, die sich keiner der vorgegebenen Branchen zuordnen konnten. Die Brancheneinteilung orientiert sich an der des Landesamtes für innere Verwaltung.

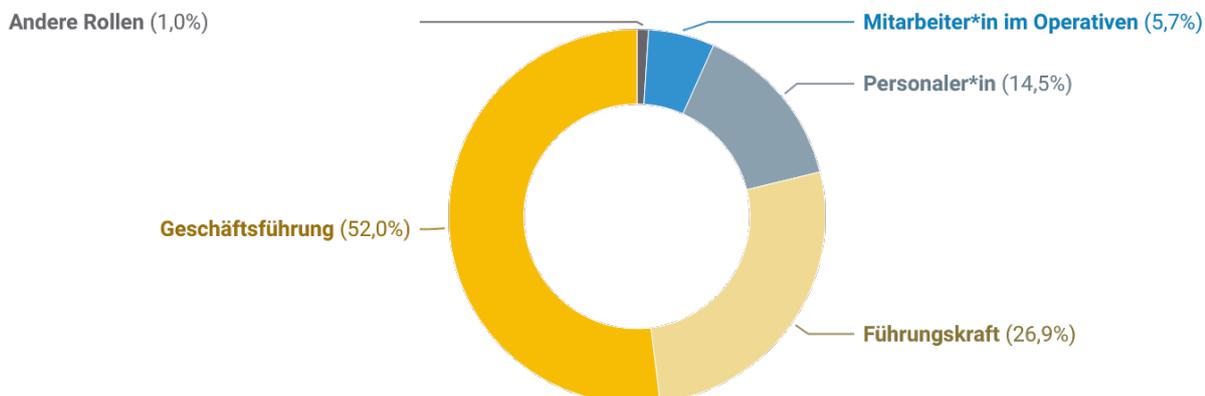
### VERTEILUNG NACH UNTERNEHMENSGRÖÖE

Die Einteilung der Unternehmensgröße erfolgte anhand der Anzahl von Mitarbeitenden (MA).

■ 1-9 MA (Kleinst) ■ 10-49 MA (Klein) ■ 50-249 MA (Mittel)



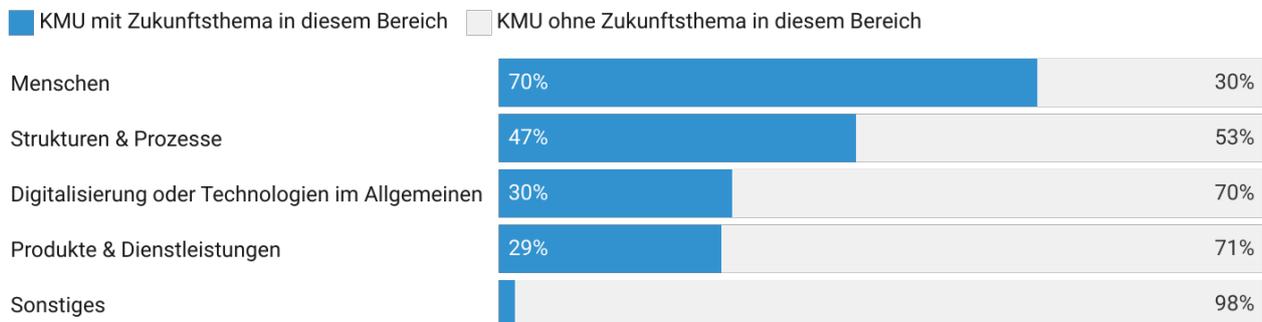
### VERTEILUNG NACH ROLLE DER BEFRAGTEN PERSON



Anmerkung: Zu **Andere Rollen** gehören z.B. Inhaber\*innen.

## Überblick: Wo verorten KMU ihre Zukunftsthemen für 2025?

Nachdem den befragten KMU erklärt wurde, was wir unter Zukunftsthemen verstehen, fragten wir nach den Themen in zwei Schritten. Zunächst, in welche Bereiche sie zugeordnet werden und anschließend, was die konkreten Themen seien. Hier sind die Ergebnisse des ersten Schritts dargestellt.

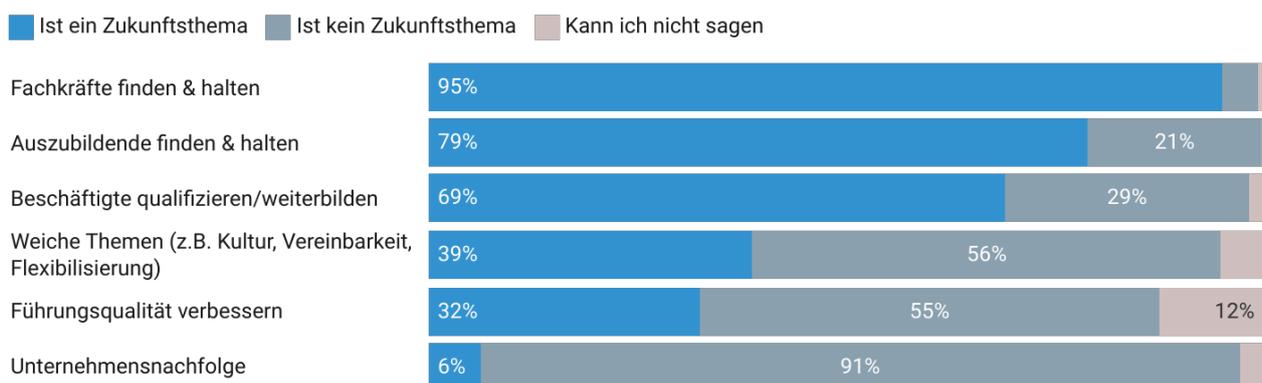


Anmerkungen: Zukunftsthemen definieren wir als Herausforderungen, Probleme oder Entwicklungsaufgaben, deren Bewältigung entscheidend dafür ist, ob ein Unternehmen (auch) zukünftig erfolgreich ist. Der Bereich "Sonstiges" umfasst z.B. das Thema Energiekosten oder Vorhaben mit Nachhaltigkeitsbezug.

## Bereich Menschen

Dieser Abschnitt zeigt die Ergebnisse der KMU, die mindestens ein Zukunftsthema mit Bezug zum Bereich Menschen hatten. Dabei beziehen sich die Prozentwerte der Abbildung *Zukunftsthemen* auf 359 KMU (70% der Stichprobe), die mindestens ein Thema in diesem Bereich hatten. Nur wenn uns ein Unternehmen zurückmeldete „ist ein Zukunftsthema“, fragten wir anschließend nach Unterstützungsbedarfen. Die Abbildung *Unterstützungsbedarfe* zeigt die prozentualen Anteile der unterschiedlichen Positionen der KMU zur Unterstützungsfrage.

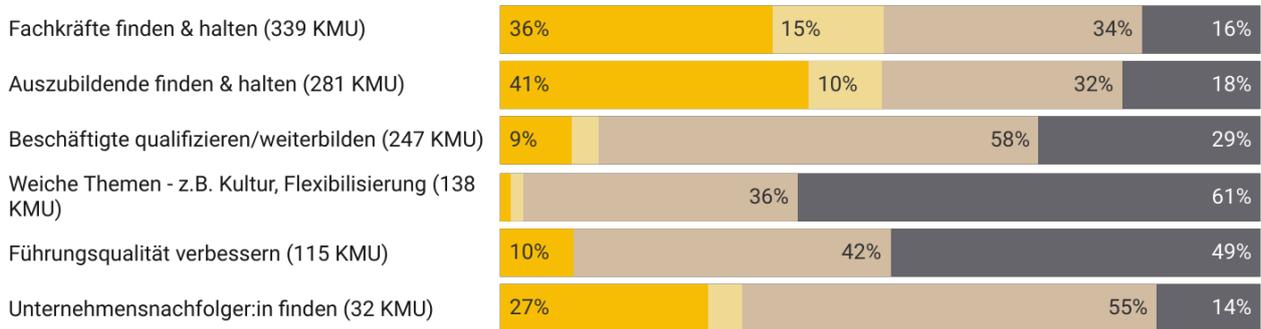
### ZUKUNFTSTHEMEN



### UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

Die Abbildung zeigt für jedes Zukunftsthema des Bereichs Menschen die Verteilung der unterschiedlichen Vorstellungen zu Unterstützungsbedarfen. Die vier Antwortmöglichkeiten unterscheiden sich hinsichtlich der beiden Fragen, ob Unterstützung gewünscht wird und inwieweit bereits die Absicht besteht, sich durch andere unterstützen zu lassen. Hinter jedem Zukunftsthema ist die Anzahl an KMU in Klammern angezeigt, die uns das jeweilige Thema vorab als Zukunftsthema rückgemeldet haben.

■ Unterstützung in irgendeiner Form wäre wünschenswert 
 ■ Unterstützung ist wünschenswert & wir haben eine konkrete Unterstützung im Sinn 
 ■ Ich habe bereits eine konkrete Unterstützungsmöglichkeit im Sinn, die wir nutzen wollen 
 ■ Ich brauche keine Unterstützung - wir werden alleine an dem Thema arbeiten

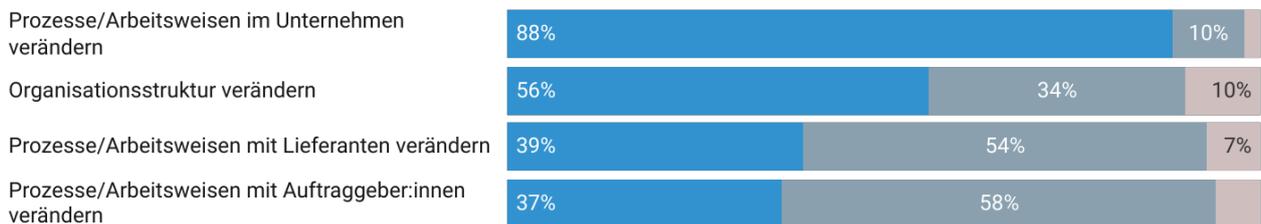


## Bereich Strukturen & Prozesse

Dieser Abschnitt zeigt die Ergebnisse der KMU, die mindestens ein Zukunftsthema mit Bezug zum Bereich Strukturen & Prozesse hatten. Dabei beziehen sich die Prozentwerte der Abbildung *Zukunftsthemen* auf 238 KMU (47% der Stichprobe), die mindestens ein Thema in diesem Bereich hatten. Nur wenn uns ein Unternehmen zurückmeldete „ist ein Zukunftsthema“, fragten wir anschließend nach Unterstützungsbedarfen. Die Abbildung *Unterstützungsbedarfe* zeigt die prozentualen Anteile der unterschiedlichen Positionen der KMU zur Unterstützungsfrage.

### ZUKUNFTSTHEMEN

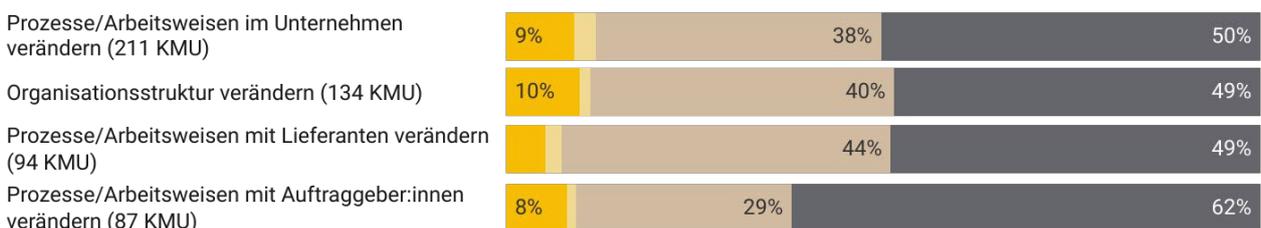
■ Ist ein Zukunftsthema 
 ■ Ist kein Zukunftsthema 
 ■ Kann ich nicht sagen



### UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

Die Abbildung zeigt für jedes Zukunftsthema des Bereichs Strukturen & Prozesse die Verteilung der unterschiedlichen Vorstellungen zu Unterstützungsbedarfen. Die vier Antwortmöglichkeiten unterscheiden sich hinsichtlich der beiden Fragen, ob Unterstützung gewünscht wird und inwieweit bereits die Absicht besteht, sich durch andere unterstützen zu lassen. Hinter jedem Zukunftsthema ist die Anzahl an KMU in Klammern angezeigt, die uns das jeweilige Thema vorab als Zukunftsthema rückgemeldet haben.

■ Unterstützung in irgendeiner Form wäre wünschenswert 
 ■ Unterstützung ist wünschenswert & wir haben eine konkrete Unterstützung im Sinn 
 ■ Ich habe bereits eine konkrete Unterstützungsmöglichkeit im Sinn, die wir nutzen wollen 
 ■ Ich brauche keine Unterstützung - wir werden alleine an dem Thema arbeiten

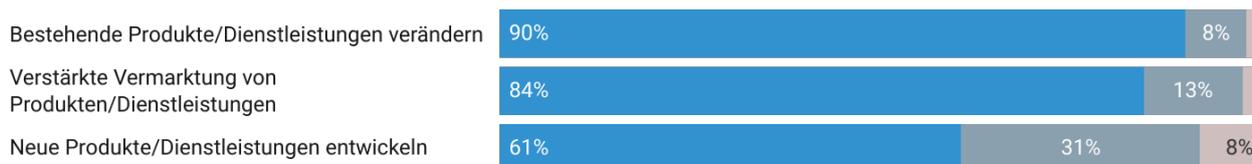


## Bereich Produkte & Dienstleistungen

Dieser Abschnitt zeigt die Ergebnisse der KMU, die mindestens ein Zukunftsthema mit Bezug zum Bereich Produkte & Dienstleistungen hatten. Dabei beziehen sich die Prozentwerte der Abbildung *Zukunftsthemen* auf 148 KMU (29% der Stichprobe), die mindestens ein Thema in diesem Bereich hatten. Nur wenn uns ein Unternehmen zurückmeldete „ist ein Zukunftsthema“, fragten wir anschließend nach Unterstützungsbedarfen. Die Abbildung *Unterstützungsbedarfe* zeigt die prozentualen Anteile der unterschiedlichen Positionen der KMU zur Unterstützungsfrage.

### ZUKUNFTSTHEMEN

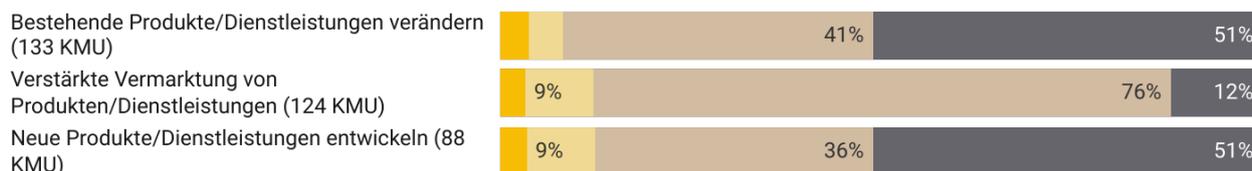
■ Ist ein Zukunftsthema ■ Ist kein Zukunftsthema ■ Kann ich nicht sagen



### UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

Die Abbildung zeigt für jedes Zukunftsthema des Bereichs Produkte & Dienstleistungen die Verteilung der unterschiedlichen Vorstellungen zu Unterstützungsbedarfen. Die vier Antwortmöglichkeiten unterscheiden sich hinsichtlich der beiden Fragen, ob Unterstützung gewünscht wird und inwieweit bereits die Absicht besteht, sich durch andere unterstützen zu lassen. Hinter jedem Zukunftsthema ist die Anzahl an KMU in Klammern angezeigt, die uns das jeweilige Thema vorab als Zukunftsthema rückgemeldet haben.

■ Unterstützung in irgendeiner Form wäre wünschenswert ■ Unterstützung ist wünschenswert & wir haben eine konkrete Unterstützung im Sinn ■ Ich habe bereits eine konkrete Unterstützungsmöglichkeit im Sinn, die wir nutzen wollen ■ Ich brauche keine Unterstützung - wir werden alleine an dem Thema arbeiten



Anmerkung: Die Digitalisierung von Produkten bzw. Dienstleistungen finden sich im Bereich Digitalisierung & Technologien.

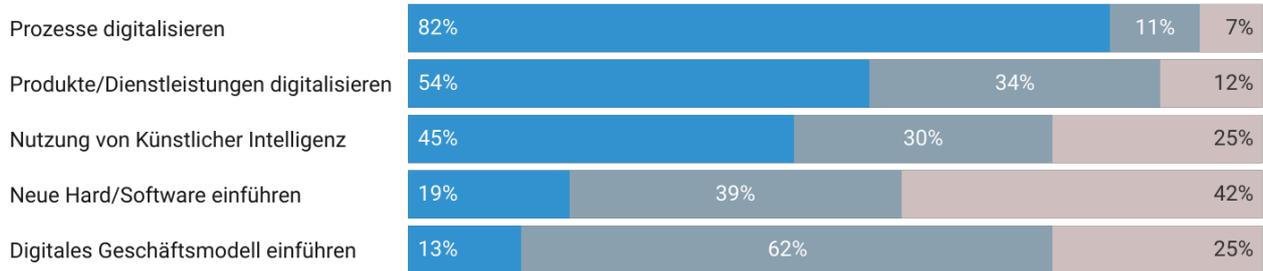
## Bereich Digitalisierung & Technologien

Dieser Abschnitt zeigt die Ergebnisse der KMU, die mindestens ein Zukunftsthema mit Bezug zum Bereich Digitalisierung & Technologien hatten. Dabei beziehen sich die Prozentwerte der Abbildung *Zukunftsthemen* auf 155 KMU (30% der Stichprobe), die mindestens ein Thema in diesem Bereich hatten. Nur wenn uns ein Unternehmen zurückmeldete „ist ein Zukunftsthema“, fragten wir anschließend nach Unterstützungsbedarfen. Die Abbildung *Unterstützungsbedarfe* zeigt die prozentualen Anteile der unterschiedlichen Positionen der KMU zur Unterstützungsfrage.

Zusätzlich zeigen wir, welche Technologien der Künstlichen Intelligenz in den KMU bereits im Einsatz sind und die Gründe von Unternehmen, Digitalisierung & Technologien für das Jahr 2025 nicht als Zukunftsthema zu identifizieren.

## ZUKUNFTSTHEMEN

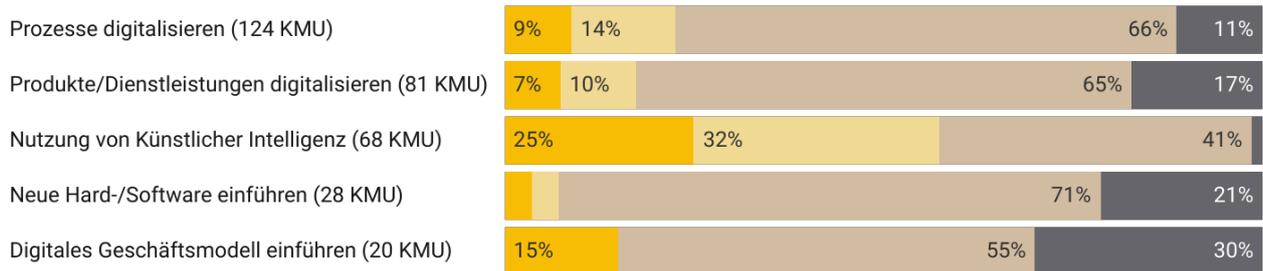
■ Ist ein Zukunftsthema ■ Ist kein Zukunftsthema ■ Kann ich nicht sagen



## UNTERSTÜTZUNGSBEDARFE

Die Abbildung zeigt für jedes Zukunftsthema des Bereichs Digitalisierung & Technologien die Verteilung der unterschiedlichen Vorstellungen zu Unterstützungsbedarfen. Die vier Antwortmöglichkeiten unterscheiden sich hinsichtlich der beiden Fragen, ob Unterstützung gewünscht wird und inwieweit bereits die Absicht besteht, sich durch andere unterstützen zu lassen. Hinter jedem Zukunftsthema ist die Anzahl an KMU in Klammern angezeigt, die uns das jeweilige Thema vorab als Zukunftsthema rückgemeldet haben.

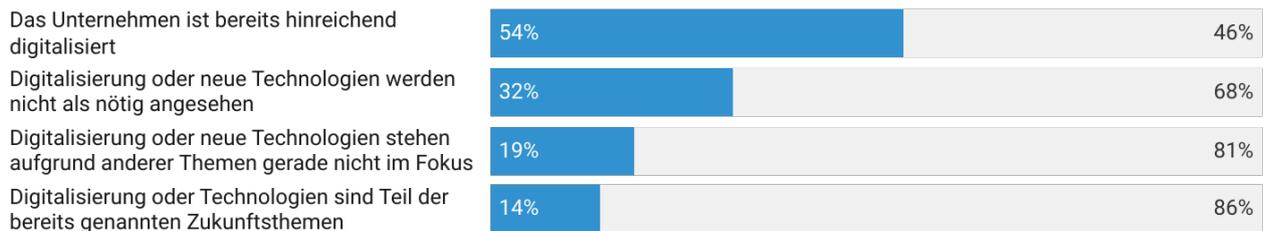
■ Unterstützung in irgendeiner Form wäre wünschenswert ■ Unterstützung ist wünschenswert & wir haben eine konkrete Unterstützung im Sinn ■ Ich habe bereits eine konkrete Unterstützungsmöglichkeit im Sinn, die wir nutzen wollen ■ Ich brauche keine Unterstützung - wir werden alleine an dem Thema arbeiten



## KEIN ZUKUNFTSTHEMA

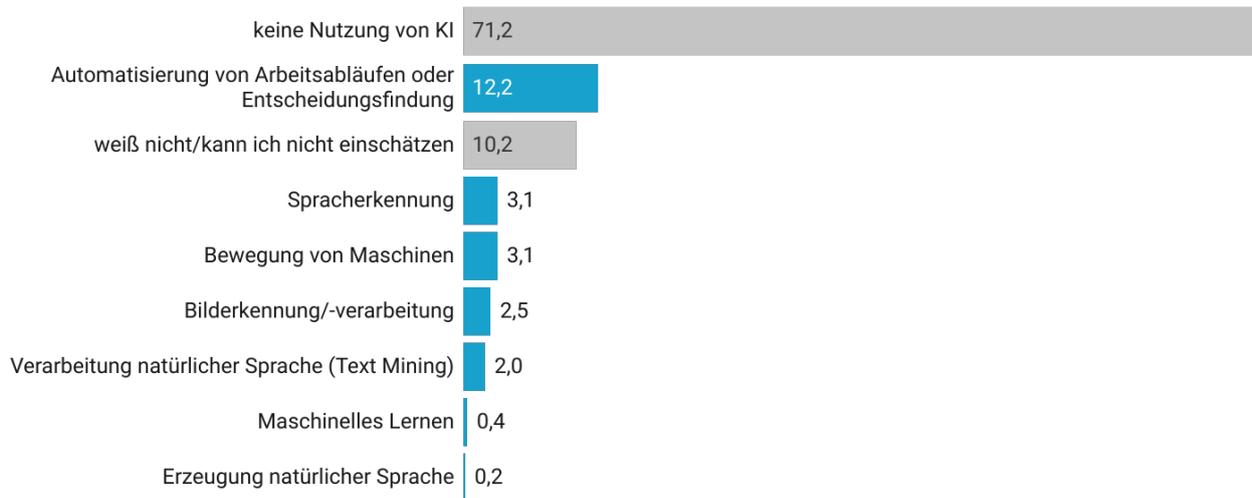
Veränderungsvorhaben mit digitalen und technologischen Bezügen werden vielerorts als zukunftsweisend (z. B. Künstliche Intelligenz) oder zumindest als zeitgemäß diskutiert. Daher fragten wir immer dann, wenn keines der Zukunftsthemen eines Unternehmens etwas mit dem Bereich Digitalisierung & Technologien zu tun hatte, nach den Gründen. Für jeden der von uns vorgegebenen Gründe konnte bewertet werden, ob er zutrifft oder nicht. In unserer Untersuchung waren es 355 KMU (70% der Stichprobe), die kein digitales bzw. technologisches Zukunftsthema im Jahr 2025 angehen wollen.

■ Trifft zu ■ Trifft nicht zu



## DERZEITIGER EINSATZ VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

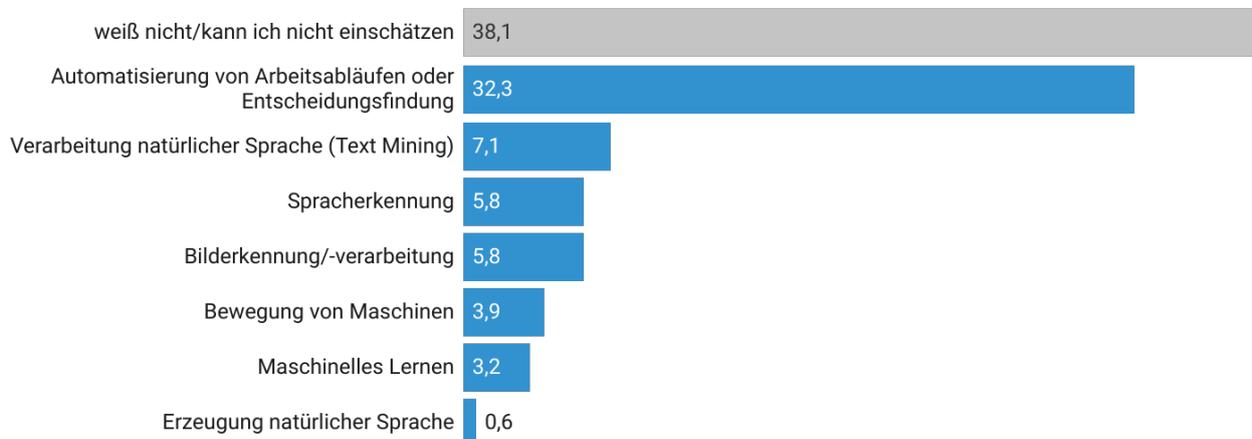
Die Abbildung zeigt für alle 510 befragten Unternehmen, ob und welche konkreten Technologien bereits genutzt werden.



Anmerkung: Die befragten Personen konnten für jede Technologie angeben, ob sie in ihrem Unternehmen bereits eingesetzt wird.

## GEPLANTER EINSATZ VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IN 2025

Im Bereich Zukunftsthemen gaben 68 KMU an, dass sie 2025 KI einsetzen möchten. Wir baten diese Unternehmen um eine Konkretisierung der Technologien, die genutzt werden sollen.



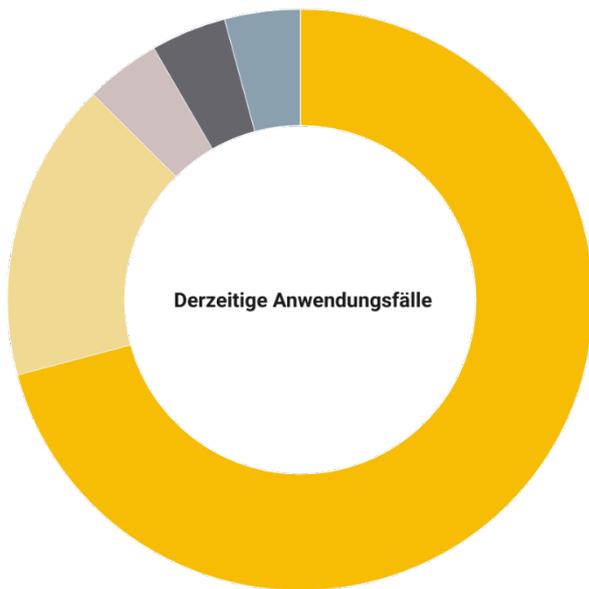
Anmerkung: Die befragten Personen konnten für jede Technologie angeben, ob sie in ihrem Unternehmen eingesetzt werden soll.

## ANWENDUNGSFÄLLE VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

Für einige der KI-Technologien haben wir die konkreten Anwendungsfälle kategorisiert, die uns genannt wurden. Dabei wird auch hier zwischen derzeitiger und für 2025 geplanter Nutzung unterschieden. Die Technologien der Spracherkennung und der Verarbeitung natürlicher Sprache haben wir für diese Darstellungen kombiniert.

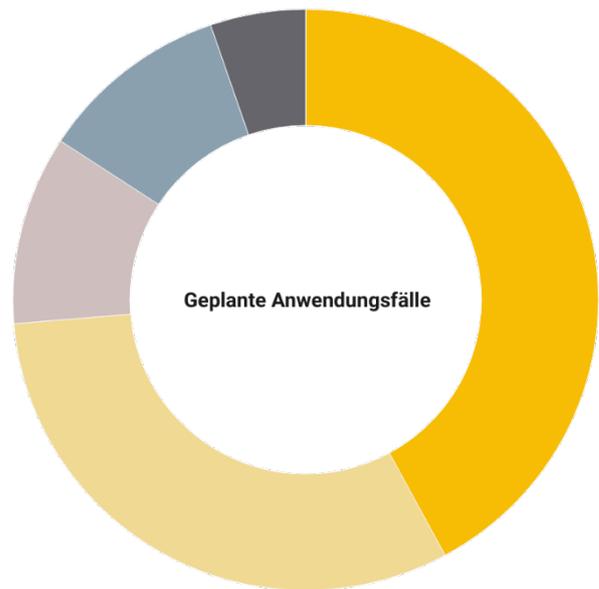
### • Spracherkennung & natürlicher Sprache

- Erstellung von Dokumenten\* (70,8%)
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (16,7%)
- Erfassung, Verarbeitung und Transformation von Daten (4,2%)
- Kommunikation mit Kunden (4,2%)
- Navigation & Routenplanung (4,2%)



Anmerkung: \* = Erstellung von Angeboten, Aufträgen, Berichten, Protokollen und Rechnungen.

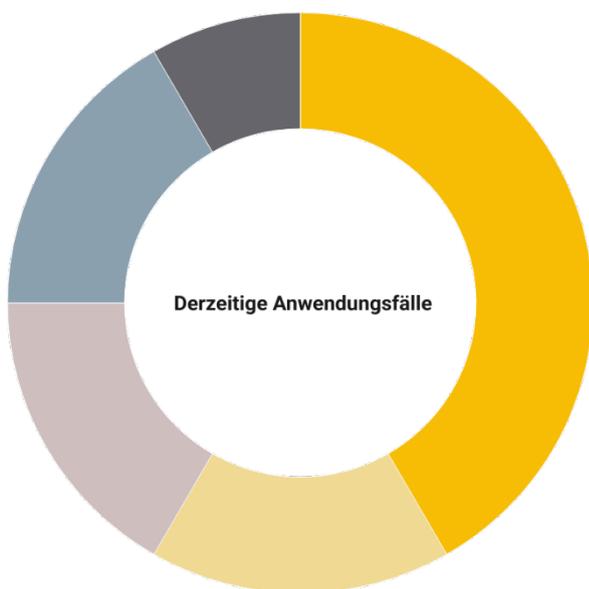
- Erstellung von Dokumenten\* (42,1%)
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (31,6%)
- Erfassung, Verarbeitung und Transformation von Daten (10,5%)
- Navigation & Routenplanung (10,5%)
- Kommunikation mit Kunden (5,3%)



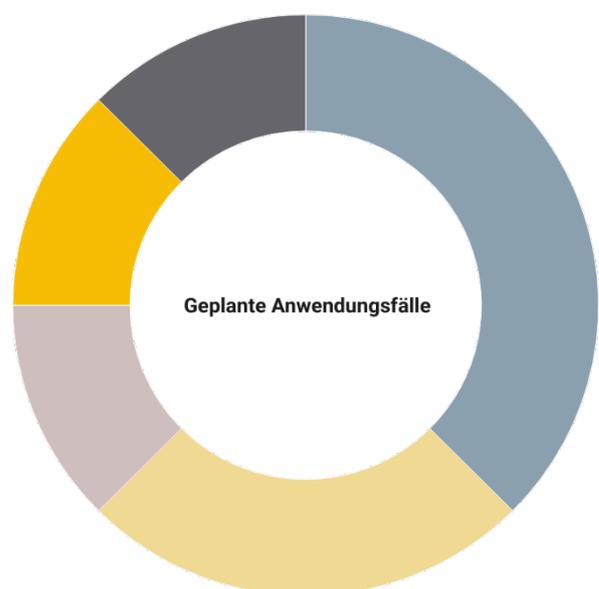
Anmerkung: \* = Erstellung von Angeboten, Aufträgen, Berichten, Protokollen und Rechnungen.

### • Bilderkennung und -verarbeitung

- Sicherheitskontexte (41,7%)
- Diagnosen & Bewertungen von Schäden und Strukturen (16,7%)
- Erstellen von Dokumenten (16,7%)
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (16,7%)
- Bauplanung (8,3%)



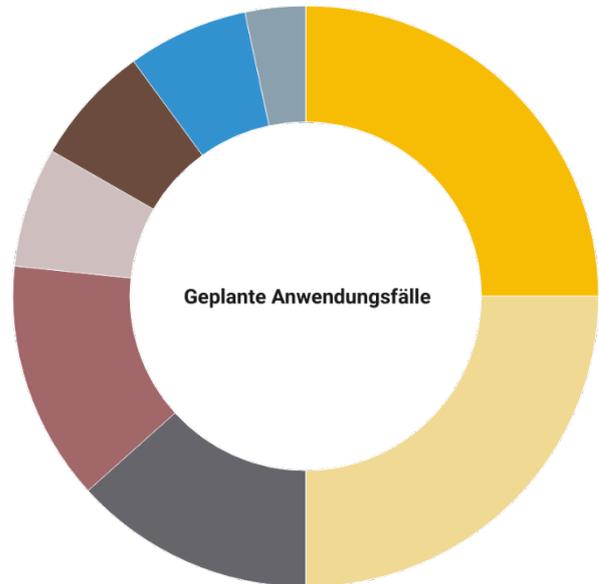
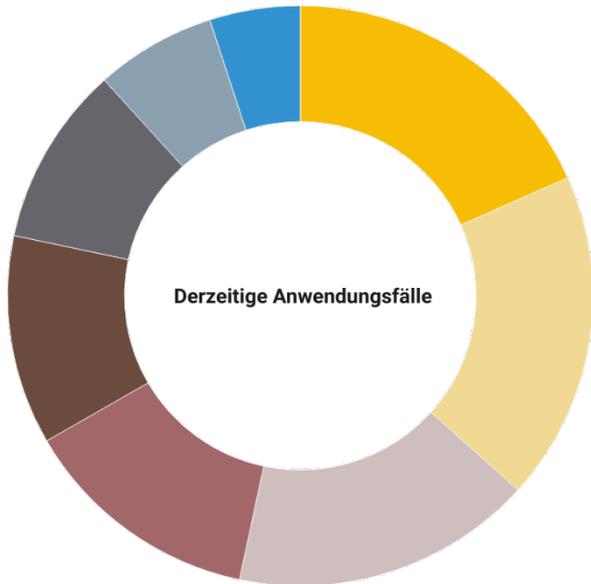
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (37,5%)
- Diagnosen & Bewertungen von Schäden und Strukturen (25,0%)
- Erstellen von Dokumenten (12,5%)
- Sicherheitskontexte (12,5%)
- Bauplanung (12,5%)



• Automatisierung von Arbeitsabläufen oder Entscheidungsfindung

- Monitoring, Prognosen, Analysen und Entscheidungshilfen (18,3%)
- Buchhaltung, Verwaltung, Büroorganisation (18,3%)
- Automatische Planungsunterstützung (Ablauf-, Dienst-, Routenplanung) (16,7%)
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (13,3%)
- Fahrzeug-, Maschinen- und Gerätesteuerung (11,7%)
- Angebotserstellung, Preisgestaltung, Bestellvorgänge (10,0%)
- Produktionskontext (6,7%)
- Kommunikation (z.B. Mails) (5,0%)

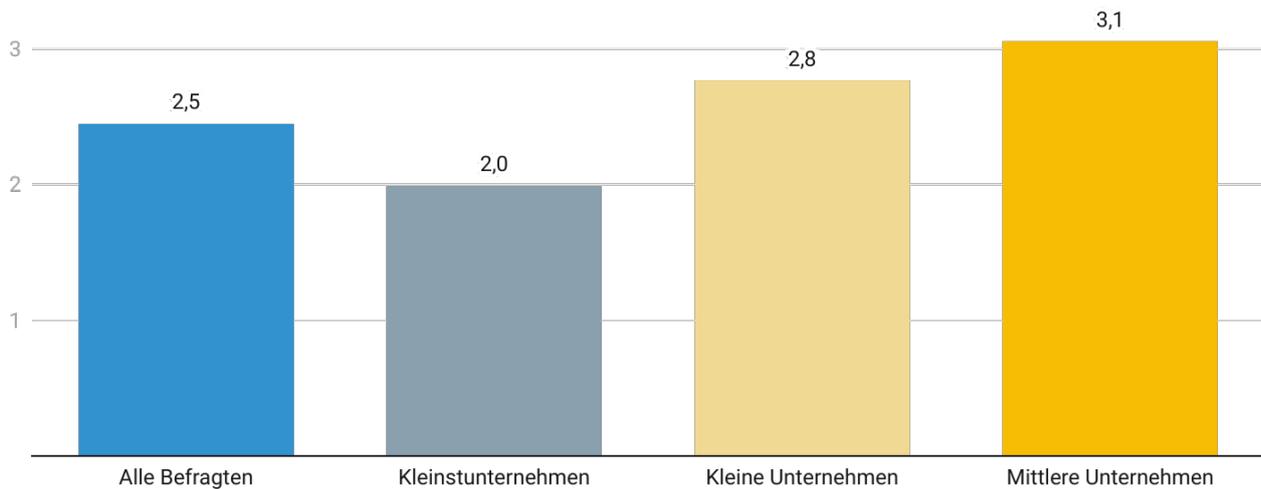
- Monitoring, Prognosen, Analysen und Entscheidungshilfen (25,0%)
- Buchhaltung, Verwaltung, Büroorganisation (25,0%)
- Angebotserstellung, Preisgestaltung, Bestellvorgänge (13,3%)
- Sonstige und unspezifische Anwendungszwecke (13,3%)
- Automatische Planungsunterstützung (Ablauf-, Dienst-, Routenplanung) (6,7%)
- Fahrzeug-, Maschinen- und Gerätesteuerung (6,7%)
- Kommunikation (z.B. Mails) (6,7%)
- Produktionskontext (3,3%)



## Weiterbildung

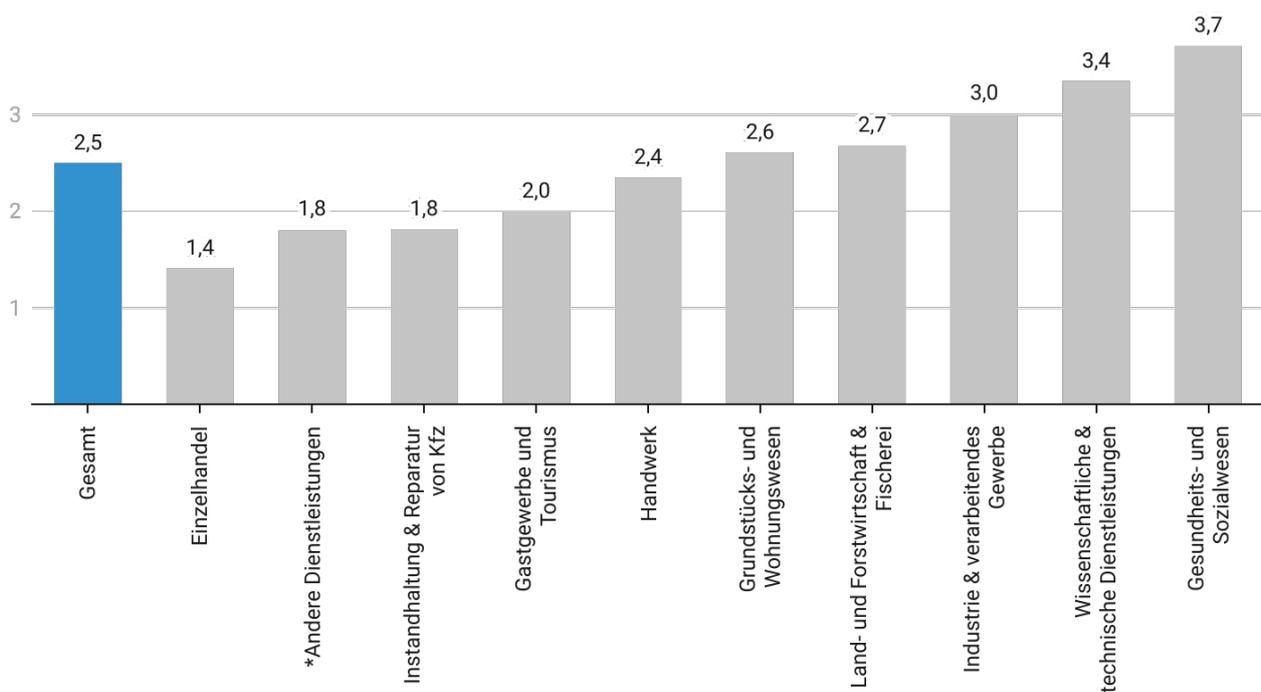
Die kontinuierliche Weiterbildung von Mitarbeitenden ist für viele KMU eine zentrale Aufgabe, um den Anforderungen einer sich wandelnden Arbeitswelt gerecht zu werden. Technologische Fortschritte, neue Arbeitsweisen und sich ändernde Kundenbedürfnisse machen es notwendig, Kompetenzen gezielt weiterzuentwickeln. Vor diesem Hintergrund wurde in dieser Untersuchung der Themenkomplex Weiterbildung besonders beleuchtet. Ziel war es, die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für KMU zu untersuchen, relevante Themen zu identifizieren und bevorzugte Formate zu analysieren. Die Ergebnisse geben Einblick in die aktuellen Prioritäten und Strategien der Unternehmen.

### STELLENWERT VON WEITERBILDUNG IN KMU



Anmerkung: Die Antwortmöglichkeiten auf die Frage "Wie würden Sie die Wichtigkeit des Themas 'Weiterbildung' in Ihrem Unternehmen einschätzen?" waren: 0 = gar nicht; 1 = weniger wichtig; 2 = neutral; 3 = wichtig; 4 = sehr wichtig.

### STELLENWERT VON WEITERBILDUNG IN DEN BRANCHEN

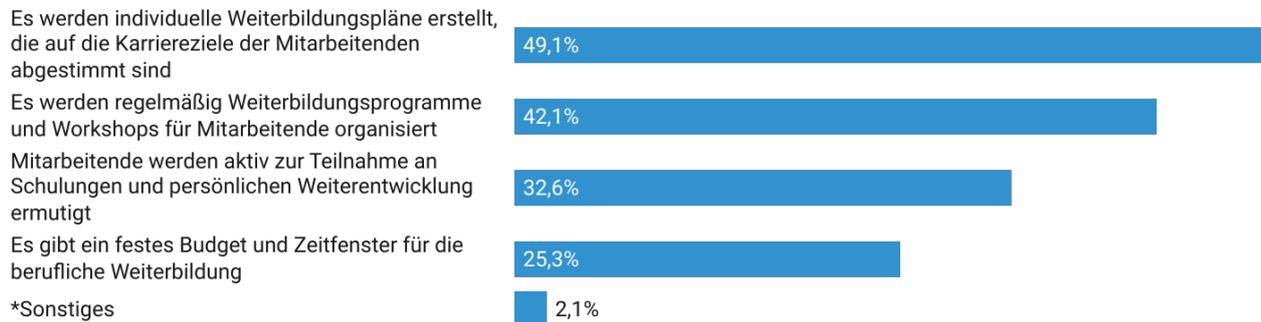


Anmerkungen: Die Antwortmöglichkeiten auf die Frage "Wie würden Sie die Wichtigkeit des Themas 'Weiterbildung' in Ihrem Unternehmen einschätzen?" waren: 0 = gar nicht; 1 = weniger wichtig; 2 = neutral; 3 = wichtig; 4 = sehr wichtig.

Zur besseren Übersichtlichkeit werden nur die zehn größten Branchen der Untersuchung abgebildet. Die Brancheneinteilung orientiert sich an der des Landesamtes für innere Verwaltung. \*Andere Dienstleistungen umfasst all diejenigen Unternehmen, die sich keiner der vorgegebenen Branchen zuordnen konnten.

### AUSDRUCKSFORMEN EINES (SEHR) HOHEN STELLENWERTS

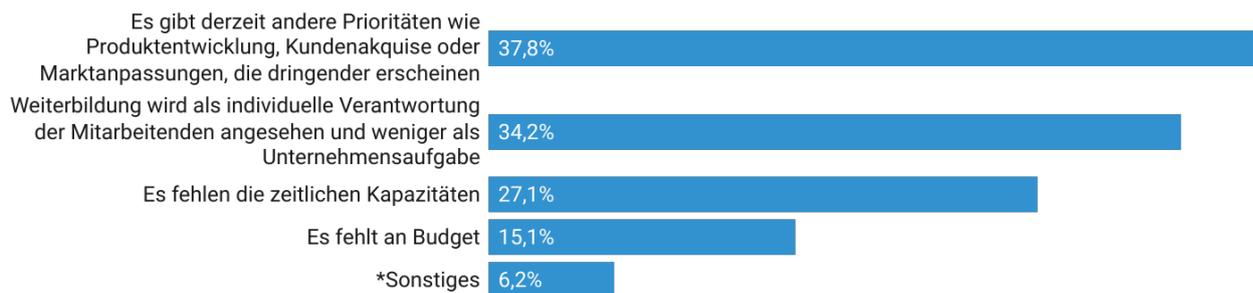
285 KMU (56%) schätzten das Thema Weiterbildung als wichtig oder sehr wichtig ein. Die Abbildung zeigt, woran die Wichtigkeit des Themas in den Unternehmen deutlich wird.



Anmerkungen: Die Personen wurden befragt "Woran erkennen Sie, dass das Thema Weiterbildung in Ihrem Unternehmen priorisiert wird?". Es war möglich, mehrere Antworten zu wählen. \*Unter **Sonstiges** fallen z.B. Weiterbildungen durch Lieferanten oder Händler.

### GRÜNDE FÜR (SEHR) GERINGEN UND NEUTRALEN STELLENWERT

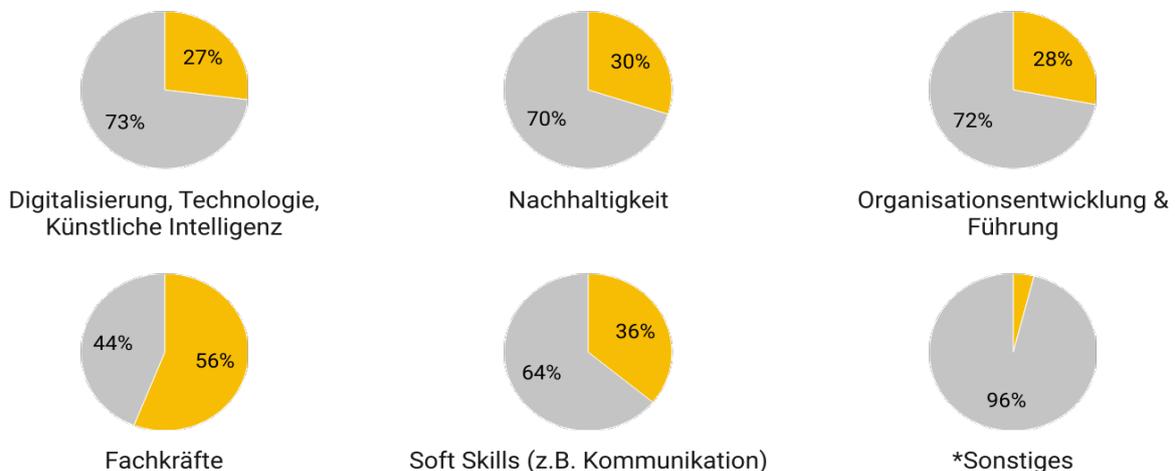
225 KMU (44%) schätzten das Thema Weiterbildung als gar nicht wichtig, weniger wichtig oder neutral ein. Die Abbildung zeigt die verschiedenen Gründe für die Einschätzungen der Unternehmen.



Anmerkungen: Die Personen wurden befragt "Welche Gründe führen dazu, dass Sie das Thema Weiterbildung als weniger wichtig einschätzen?". Es war möglich, mehrere Antworten zu wählen. \*Unter **Sonstiges** fällt z.B. die Einschätzung, dass Weiterbildungen unüblich für das Unternehmen bzw. die Branche sind.

### WEITERBILDUNGSTHEMEN UND IHRE ERWARTETE RELEVANZ

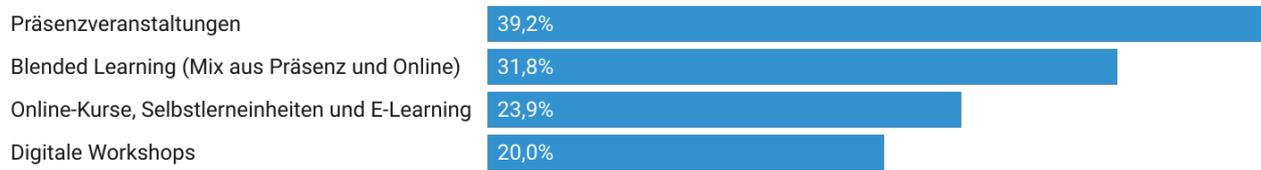
■ relevant ■ nicht relevant



Anmerkungen: Es wurde gefragt "Welche Themen halten Sie für Weiterbildungen der nächsten 3 Jahre am relevantesten?". Bis zu drei Themen konnten ausgewählt werden. \*Unter **Sonstiges** wurden z.B. fachspezifische und produktspezifische Themen genannt.

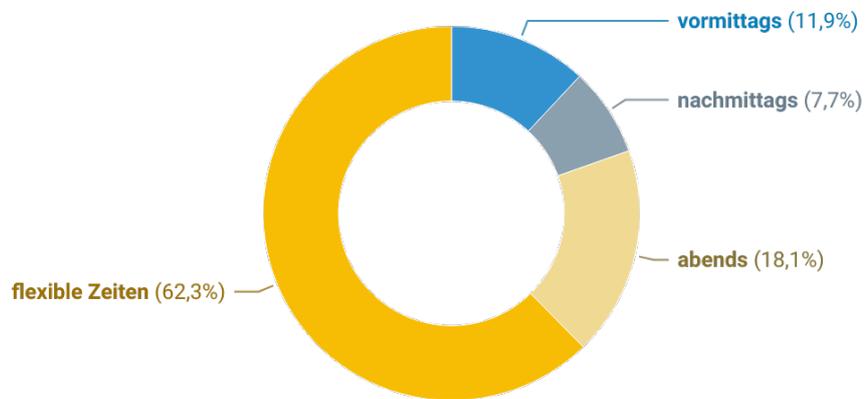
### METHODEN, FORMATE UND ZEITRÄUME VON WEITERBILDUNGEN

Die Abbildung zeigt, welche Methoden und Formate von KMU am liebsten genutzt werden.



Anmerkungen: Die Personen wurden befragt "Welche Methoden und Formate nutzen Sie am liebsten für Weiterbildungen?". Es war möglich, mehrere Antworten zu wählen.

Die KMU wurden gefragt, wann eine Weiterbildung idealerweise stattfinden sollte, falls ihr Umfang drei bis vier Stunde wäre.



# Impressum

## Herausgeber

»Regionales Zukunftszentrum MV+«  
Universität Rostock  
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät  
Lehrstuhl für Wirtschafts- und Gründungspädagogik  
Raum 346 | Ulmenstraße 69, Haus 1 | 18057 Rostock  
info@zukunftszentrum-mv.de



## Wissenschaftliche Gesamtleitung

**Prof. Dr. Andreas Diettrich**  
andreas.diettrich@uni-rostock.de

**Prof. Dr. Kurt Sandkuhl**  
kurt.sandkuhl@uni-rostock.de

**Prof. Dr. Silke Schmidt**  
silke.schmidt@uni-greifswald.de

[zukunftszentrum-mv.de](http://zukunftszentrum-mv.de)

