

Ansatzpunkte zur Sensibilisierung von KMU

Ergebnisse der Akteursanalyse

In der Akteursanalyse wurde rekonstruiert, wie die befragten Expert:innen aus der Region kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gezielt für die **aktuellen Veränderungen** sensibilisieren würden. Die Ergebnisse zeigen, dass viele Betriebe die Transformationsprozesse zwar wahrnehmen, diese jedoch oft als abstrakt und wenig anschlussfähig an die eigene aktuelle betriebliche Realität erleben. Zahlreiche parallele Initiativen, Förderprogramme und Informationskanäle führen dazu, dass gerade stark ausgelastete Unternehmen schnell überlastet werden.

Kommunikation und Vernetzung

Ein zentrales Anliegen der Befragten ist eine *klare, verständliche und alltagsnahe Kommunikation*. Informationen sollten dort vermittelt werden, wo Unternehmen ohnehin andocken – über Kammern, Netzwerke oder regionale Multiplikatoren. Niedrigschwellige Formate wie Online-Impulse oder lokale Austauschveranstaltungen erleichterten die Teilnahme und schafften Orientierung.

Besonders wichtig sei die *Sichtbarkeit* erfolgreicher Praxisbeispiele. Unternehmen aus vergleichbaren Branchen, die Transformationsschritte umsetzen, stärkten Vertrauen und zeigten konkrete Wege der Umsetzung. Komplexe Themen wie Digitalisierung, neue Geschäftsmodelle oder Finanzierungsmöglichkeiten müssten verständlich aufbereitet werden. Auch die *Einbindung der Bevölkerung* sei entscheidend: Transformation werde nur akzeptiert, wenn sie vor Ort erlebbar ist und verschiedene Alters- und Bildungsgruppen erreicht.

Neben der Kommunikation spielt *Vernetzung* eine zentrale Rolle. Kammern, Arbeitsagenturen und bestehende regionale Initiativen gelten als vertrauenswürdige Anlaufstellen. Sie könnten gezielt auf Weiterbildungs- und Unterstützungsangebote

Das „Kompetenzzentrum Transformation in der Arbeitswelt im Lausitzer Revier im Land Brandenburg“ wird aus Mitteln der Europäischen Union und des Landes Brandenburg gefördert.

aufmerksam machen. Überregionale und internationale Netzwerke – etwa mit polnischen Partnern – böten zusätzliche Impulse für Innovation und neue Kooperationen und trügen dazu bei, Unternehmen frühzeitig in Transformationsprozesse einzubinden.

Risiken und Chancen der Transformation deutlich machen

Die Befragten betonen auch, dass viele KMU bereits wirtschaftlichen Druck spürten. Besonders braunkohleabhängige Branchen erlebten Auftragsrückgänge oder fehlende Perspektiven. Dies erzeuge Handlungsdruck, führe aber auch zu Zurückhaltung. Sensibilisierung müsse deshalb sowohl *Risiken als auch Chancen transparent darstellen*. Unternehmen benötigten ein realistisches Bild davon, welche Folgen ausbleibender Veränderungen entstehen – und welche Möglichkeiten neue Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsketten oder Kooperationen bieten.

Zukunftsperspektiven praxisnah gestalten

Praxisnahe Zukunftsbilder seien besonders hilfreich. Beispiele aus anderen Regionen oder lokale Initiativen zeigten, dass Transformation nicht nur große Visionen bedeuten müsse, sondern neue betriebliche Rollen und Qualifikationswege schaffen könne. Hochschulen und Forschungseinrichtungen könnten durch praxisorientierte Projekte, gemeinsame Entwicklungsansätze oder Qualifizierungsmaßnahmen eine Brücke schlagen und den Wissenstransfer fördern.

Transformation greifbar und nah gestalten

Sensibilisierung entfaltet Wirkung, wenn sie verständlich, verlässlich und nah an den betrieblichen Herausforderungen der KMU ausgerichtet ist. Transformation muss als gestaltbarer Prozess vermittelt werden, der Chancen eröffnet und in regionale Strukturen eingebettet ist. Klare Kommunikation, sichtbare Beispiele, verlässliche Netzwerke und realistische Zukunftsperspektiven können KMU in der Lausitz besser erreichen und für den Wandel gewinnen.

Stand November, 2025

Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) gGmbH



w3lausitz@f-bb.de