

// ZEW-Kurzexpertise 20-08 · 27.05.2020

Irene Bertschek/Daniel Erdsiek

SOLOSELBSTSTÄNDIGKEIT IN DER CORONA-KRISE

DIGITALISIERUNG HILFT BEI DER
BEWÄLTIGUNG DER KRISE

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG	1
1. HINTERGRUND	2
2. ERGEBNISSE	2
2.1. NEGATIVE AUSWIRKUNGEN DER CORONA-PANDEMIE	2
2.2. DIGITALISIERUNG VOR DER KRISE UND DIGITALISIERUNGSSCHUB DURCH DIE KRISE	5
2.3. DIGITALISIERUNG HILFT BEI DER BEWÄLTIGUNG DER KRISE	8
3. ANMERKUNGEN ZUR UMFRAGE	14
4. LITERATUR	16

ZUSAMMENFASSUNG

Die Corona-Pandemie hinterlässt deutliche Spuren in der Wirtschaft. Wie ergeht es dabei den Soloselbstständigen, die oftmals im wahrsten Sinne des Wortes auf sich alleine gestellt sind? Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung, die es ermöglicht, Tätigkeiten im Homeoffice zu verrichten, Produkte und Dienste online anzubieten oder Kunden online zu beraten? Hilft die Digitalisierung dabei die Krise zu bewältigen und wie verändern die Soloselbstständigen den Digitalisierungsgrad während der Krise? Die Erkenntnisse der vorliegenden Kurzepertise beruhen auf einer Befragung von über 16.000 hauptberuflich Soloselbstständigen im Alter zwischen 24 und 65 Jahren, die der Verband der Gründer und Selbstständigen Deutschland (VGSD) in Kooperation mit dem ZEW Mannheim und dem Forschungszentrum Mittelstand an der Universität Trier durchgeführt hat.

Zentrale Ergebnisse:

- Jeder vierte Befragte hält es für sehr wahrscheinlich, die eigene Soloselbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten aufgeben zu müssen. Bei knapp 60 Prozent der Befragten ist der monatliche Umsatz um mehr als 75 Prozent eingebrochen. Jeder zweite Befragte konnte seine Tätigkeit zum Zeitpunkt der Umfrage nicht mehr ausüben. Mehr als die Hälfte der Befragten haben Soforthilfe von Bund oder Land beantragt, die auf drei Monate angelegt ist. Allerdings erwarten 35 Prozent der Befragten, dass die Phase der deutlich niedrigeren Umsätze länger als sechs Monate anhalten wird.
- Am härtesten von der Krise getroffen sind konsumnahe Branchen wie Gastronomie und Beherbergung, Events und Veranstaltungen, Touristik und Sport sowie Wellness, Friseur und Kosmetik. Etwa neun von zehn Soloselbstständigen müssen hier Umsatzeinbußen verkraften, die über 75 Prozent liegen. Zwischen 73 Prozent und 85 Prozent der Soloselbstständigen in diesen Branchen haben Soforthilfe von Bund oder Land beantragt. Zwischen 32 Prozent und 49 Prozent der Befragten in diesen Branchen befürchten, ihre Selbstständigkeit in naher Zukunft einstellen zu müssen.
- 37 Prozent der befragten Soloselbstständigen stufen den Digitalisierungsgrad eigener Produkte und Dienstleistungen vor dem Ausbruch der Pandemie als hoch oder sehr hoch ein, in der Kundenberatung und im Vertrieb sind es 34 Prozent. Fast die Hälfte der Befragten berichtet über hoch oder sehr hoch digitalisierte Geschäftsprozesse vor Ausbruch der Krise.
- Durch die Krise hat etwa jeder Dritte der befragten Soloselbstständigen bei der Digitalisierung zugelegt. Besonders hervorzuheben sind hierbei die Bereiche Training und Schule, Gesundheit, Soziale Arbeit sowie stationärer Handel. Ein Digitalisierungsschub hat dabei tendenziell stärker stattgefunden bei Soloselbstständigen, die weiblich oder vergleichsweise jung sind, die im Homeoffice arbeiten oder einen Hochschulabschluss haben.
- Hoch digitalisierte Soloselbstständige sind deutlich krisenresistenter und leiden seltener unter negativen Konsequenzen der Pandemie. So waren aufgrund der einschränkenden Maßnahmen zum Zeitpunkt der Befragung etwa drei Viertel der Soloselbstständigen mit einem sehr niedrigen Digitalisierungsgrad des Angebots nicht mehr in der Lage, die eigene Tätigkeit auszuüben, unter den sehr hoch digitalisierten Soloselbstständigen waren es dagegen nur 28 Prozent.

Weitere finanzielle Maßnahmen werden notwendig sein, um Soloselbstständige auf dem Weg durch die Krise zu unterstützen, insbesondere wenn aufgrund der Pandemie die Einkommensgrundlage weggebrochen ist. Darüber hinaus sollten zusätzliche Maßnahmen dazu beitragen, die Digitalisierung weiter voranzutreiben. Hierzu können, je nach Branchenzugehörigkeit der Soloselbstständigen, finanzielle Anreize gesetzt werden. Aber auch der Ausbau der digitalen Infrastruktur sollte mit Nachdruck weiter verfolgt werden, um die Digitalisierung zu befördern. Denn digitaler aus der Corona-Krise hervorzugehen, heißt für die nächste Krise besser gewappnet zu sein.

1. HINTERGRUND

Die Corona-Pandemie hinterlässt deutliche Spuren in der Wirtschaft. Während zahlreiche Unternehmen auf Kurzarbeit umgestellt haben, hält in anderen Unternehmen Homeoffice Einzug. Die Bundesregierung hat mit ihrem Maßnahmenpaket verschiedene Fördermöglichkeiten eröffnet, um Unternehmen in dieser außergewöhnlichen Krise zu unterstützen und um eine hohe Arbeitslosigkeit mit all den wirtschaftlichen und sozialen Folgen zu vermeiden. Wie ergeht es dabei den Solosebstständigen, die oftmals im wahrsten Sinne des Wortes auf sich alleine gestellt sind?¹ Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung? In der Wirtschaftskrise 2008/2009 hat sie zur Krisenresistenz von Unternehmen beigetragen (siehe Bertschek et al. 2019). Digitalisierung ermöglicht es, Tätigkeiten im Homeoffice zu verrichten, Produkte und Dienste online anzubieten und Kunden online zu beraten. Sie trägt somit dazu bei, die Geschäftstätigkeit, wenn auch nicht in gleichem Ausmaß, weiterzuführen sowie sichtbar und mit Kunden in Kontakt zu bleiben. Doch hilft dies Solosebstständigen auch dabei, starke und langwierige Umsatzeinbrüche abzumildern oder gar eine gänzliche Geschäftsaufgabe zu verhindern, die oftmals dem vollständigen Verlust der Einkommensgrundlage gleichkommt?

Die vorliegende Kurzexptise liefert Erkenntnisse darüber, wie stark Solosebstständige in Deutschland von der Corona-Pandemie betroffen sind. Darüber hinaus wird die Rolle der Digitalisierung in der aktuellen Krise untersucht. Dabei stehen zwei Fragestellungen im Vordergrund: Inwieweit hilft die Digitalisierung besser durch die Krise zu kommen und inwieweit treiben die Solosebstständigen durch die Krise den Digitalisierungsgrad ihres Angebots, ihrer Prozesse und des Vertriebs voran? Grundlage der Kurzexptise ist eine Befragung, die vom Verband der Gründer und Selbstständigen Deutschland (VGSD) in Kooperation mit dem ZEW Mannheim und dem Forschungszentrum Mittelstand an der Universität Trier² durchgeführt wurde. An der Befragung haben insgesamt mehr als 27.000 Selbstständige teilgenommen. Die Auswertungen in der vorliegenden Kurzexptise basieren auf den Antworten von über 16.000 hauptberuflich Solosebstständigen im Alter zwischen 24 und 65 Jahren.

2. ERGEBNISSE

2.1. Negative Auswirkungen der Corona-Pandemie

Um die Folgen der Corona-Pandemie für Solosebstständige in Deutschland einschätzen zu können, wird in dieser Kurzexptise das Auftreten von fünf verschiedenen, negativen Auswirkungen untersucht. Die betrachteten Auswirkungen umfassen:

- 1) ob eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, die Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten beenden zu müssen
- 2) ob der monatliche Umsatz zum Zeitpunkt der Befragung um über 75 Prozent zurückging
- 3) ob die eigene Tätigkeit zum Zeitpunkt der Befragung nicht mehr ausgeübt werden konnte
- 4) ob Soforthilfe von Bund oder Land beantragt wurde, die auf drei Monate angelegt ist
- 5) ob die Befragten eine finanzielle Durststrecke mit deutlich verringerten Umsätzen erwarten, die länger als sechs Monate anhält.

¹ Der Forschungsbericht von Maier und Ivanov (2018) bietet einen Überblick über selbstständige Erwerbstätigkeit in Deutschland mit einem Fokus auf Solosebstständige.

² Die Studie von Block et al. (2020) geht auf die Liquiditätengpässe der Solosebstständigen in der Corona-Krise ein.

Jeder Vierte der befragten Soloselbstständigen sieht eine hohe Wahrscheinlichkeit dafür, die eigene Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten aufgeben zu müssen. Der Hauptgrund dafür ist naheliegend: ein immenser Umsatzrückgang während der aktuellen Krise. Bei knapp 60 Prozent der Befragten ist zum Zeitpunkt der Umfrage im April 2020 der monatliche Umsatz um mehr als 75 Prozent eingebrochen. Aufgrund der notwendigen Kontaktbeschränkungen und Shutdown-Maßnahmen konnte jeder zweite befragte Soloselbstständige seine Tätigkeit zum Zeitpunkt der Umfrage überhaupt nicht mehr ausüben. Daraus ergibt sich ein sehr hoher Bedarf an staatlicher Unterstützung. Mehr als die Hälfte der Befragten geben dementsprechend an, dass sie bereits Soforthilfe von Bund oder Land beantragt haben, die auf drei Monate angelegt ist. Bei der Frage, wie lange die finanzielle Durststrecke mit deutlich geringeren Umsätzen anhalten wird, zeigen sich die Soloselbstständigen ebenfalls besorgt. Ein Anteil von 35 Prozent der Befragten schätzt, dass die Phase der deutlich niedrigeren Umsätze länger als sechs Monate anhalten wird.

Konsumnahe Branchen am stärksten von Corona betroffen

Inwieweit Soloselbstständige von den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen sind, hängt allerdings stark von der Branche ab, in der sie tätig sind. Wie stark die Krise die unterschiedlichen Branchen trifft, wird aus Tabelle 2.1 ersichtlich. Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen pro Branche an, für die eine entsprechende Konsequenz der Corona-Pandemie eingetreten ist. Je dunkler der Rotton dabei ausfällt, umso höher ist der Unternehmensanteil, für den sich negative Konsequenzen ergeben haben. Im Gegenzug deutet ein dunklerer Grünton darauf hin, dass in einer Branche vergleichsweise wenige Befragte von Problemen berichten.

Mit voller Härte trifft die Krise derzeit konsumnahe Branchen wie Gastronomie und Beherbergung, Events und Veranstaltungen, Touristik und Sport sowie Wellness, Frisüre und Kosmetik. Aufgrund der Kontakt- und Reisebeschränkungen konnten zwischen 76 Prozent (Gastronomie) und 91 Prozent (Eventbranche) der Befragten in diesen Branchen ihre Tätigkeit zum Zeitpunkt der Umfrage überhaupt nicht mehr ausüben. Etwa neun von zehn Soloselbstständigen müssen hier in der Folge Umsatzeinbußen verkraften, die über 75 Prozent liegen. Der Bedarf an Soforthilfen zur Existenzsicherung ist dementsprechend hoch: In den genannten Branchen haben zwischen 73 Prozent und 85 Prozent der Soloselbstständigen bereits Soforthilfe von Bund oder Land beantragt um den kurzfristigen Liquiditätsbedarf decken zu können. Trotz der Inanspruchnahme der staatlichen Unterstützung befürchten zwischen 32 Prozent und 49 Prozent der Befragten, ihre Selbstständigkeit in naher Zukunft einstellen zu müssen. Im Hinblick auf die erwartete Dauer der finanziellen Durststrecke ist die Event- und Touristikbranche außerdem besonders pessimistisch. Mehr als die Hälfte der Befragten rechnet damit, dass die Phase der geringen Umsätze länger als sechs Monate anhalten wird. Bei den Gastronomen und Frisuren können die Geschäfte nach den Lockerungen des Shutdowns hingegen deutlich schneller wieder anlaufen und die Befragten zeigen sich vergleichsweise optimistisch, dass die Umsatzeinbußen nur wenige Monate anhalten werden.

Tabelle 2.1: Negative Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Branchen

	Selbstständig- keit beenden	Umsatzrück- gang > 75%	Kann Tätigkeit momentan nicht ausüben	Soforthilfe beantragt	Reduzierte Umsätze > 6 Monate
Gastronomie, Beherbergung	49	86	76	85	24
Event- und Veranstaltungsbranche	41	93	91	75	58
Touristik, Sport und Freizeit	40	89	83	73	52
Vorrangig stationärer Handel	34	55	34	85	33
Wellness, Friseur, Kosmetik	32	94	89	85	14
Soziale Arbeit, Sozialwesen	30	50	62	46	27
Kulturschaffende, Film, Fotografie	28	65	69	65	47
Training/Coaching, Schule/Unterricht	27	71	59	60	28
Onlinehandel	26	21	14	41	24
Handwerk	25	42	37	56	27
Journalisten oder PR	22	41	31	54	32
Unternehmensnahe Dienstleistungen	21	43	24	47	28
Gesundheit, Medizin und Therapie	19	56	46	57	21
Ingenieure und Architekten	18	34	23	33	19
Finanzdienstleistungen/Versicherung	14	24	11	31	21
IT-, Software-, Web-Dienstleistung	14	26	15	21	19
Lektorat, Dolmetscher, Übersetzer	13	31	23	29	24
Total	25	58	52	55	35

Anmerkung: Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen pro Branche an, für den eine entsprechende Auswirkung der Corona-Pandemie eingetreten ist. Je dunkler der Rotton (Grüntön) umso höher (niedriger) ist der Unternehmensanteil für eine negative Auswirkung. Die betrachteten Auswirkungen umfassen, ob eine (sehr) hohe Wahrscheinlichkeit besteht, die Soloselbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten beenden zu müssen, ob der monatliche Umsatzrückgang zum Zeitpunkt der Befragung über 75 Prozent lag, ob zum Zeitpunkt der Befragung die Tätigkeit nicht mehr ausgeübt werden konnte, ob Soforthilfe beantragt wurde oder ob der Befragte mit einer finanziellen Durststrecke mit deutlich verringerten Umsätzen rechnet, die länger als sechs Monate anhält.

Lesehilfe: 49 Prozent der befragten Soloselbstständigen der Branche Gastronomie und Beherbergung geben an, dass eine (sehr) hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass sie ihre Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten beenden müssen.

Quelle: "Wie stark bist du als Selbstständige/r von der Corona-Krise betroffen?"; Umfrage des VGSD, ZEW und der Universität Trier.

Nicht unbeeinträchtigt, aber immerhin deutlich besser durch die Krise kommen vor allem die Soloselbstständigen im Bereich IT-Dienstleistungen, Lektorat und Dolmetscher, Finanzdienstleistungen und Versicherung sowie Ingenieure und Architekten. Der krisenbedingte Umsatzrückgang fällt bei den IT-Dienstleistern deutlich geringer aus als in allen anderen Branchen.³ Eine funktionierende digitale Infrastruktur ist in der aktuellen Krise für Unternehmen überlebenswichtig. IT-Dienstleistungen sind deshalb stark nachgefragt, weil Unternehmenskunden zum Beispiel verstärkt in IT-Sicherheitsmaßnahmen investieren oder Remote-Zugänge für ihre Beschäftigten einrichten lassen, die jetzt im Homeoffice arbeiten müssen. Die Krise geht aber selbst an den Soloselbstständigen im IT-Bereich nicht spurlos vorbei. Rund 14 Prozent der Befragten sehen ein hohes Risiko, dass sie ihre Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten aufgeben müssen. Ebenfalls weniger beeinträchtigt sind die Soloselbstständigen in den Branchen unternehmensnahe Dienstleistungen, Journalismus und Onlinehandel. Für Kulturschaffende und Befragte in den Bereichen Soziale Arbeit, Training und Schule, stationärer Handel, Handwerk und Gesundheit zeigen sich hingegen deutliche Einschränkungen. Beispielsweise rechnen die Kulturschaffenden mit einem Anteil von fast 50 Prozent besonders häufig damit, dass die Umsätze noch mindestens sechs Monate deutlich geringer ausfallen werden als üblich.

³ Etwa 40 Prozent der IT-Dienstleister hatten zum Zeitpunkt der Befragung keinerlei Umsatzeinbußen zu verzeichnen.

2.2. Digitalisierung vor der Krise und Digitalisierungsschub durch die Krise

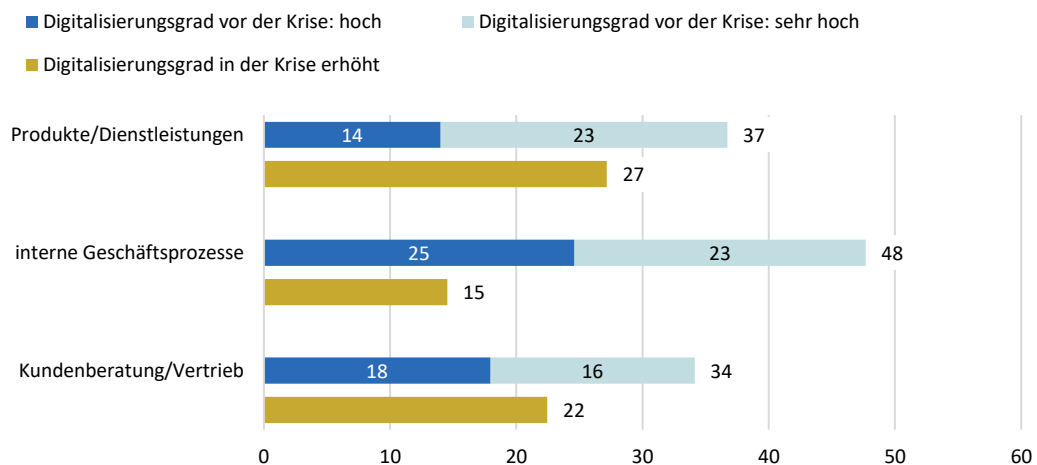
Die aktuelle Corona-Krise wirft ein Schlaglicht auf die Bedeutung digitaler wirtschaftlicher Prozesse in nahezu allen Bereichen, vom verarbeitenden Gewerbe bis zu den unternehmensnahen oder konsumnahen Dienstleistungen. Ein hoher Digitalisierungsgrad ist für Unternehmen und Selbstständige vor allem dann von Vorteil, wenn sich dadurch Geschäftstätigkeiten zügig online weiterführen lassen. Je digitaler die eigenen Produkte und Dienstleistungen, die internen Geschäftsprozesse oder der Vertrieb gestaltet sind, umso eher lässt sich die Geschäftstätigkeit auch in Zeiten eines Shutdowns aufrechterhalten. Ein Anteil von 37 Prozent der befragten Soloselbstständigen stuft den Digitalisierungsgrad eigener Produkte und Dienstleistungen vor dem Ausbruch der Pandemie als hoch oder sehr hoch ein (Abbildung 2.1). Während Kundenberatung und Vertrieb ähnlich stark digitalisiert sind (34 Prozent), verfügt zu Beginn der Krise fast die Hälfte der Befragten über (sehr) hoch digitalisierte Geschäftsprozesse (48 Prozent).

Die Einschränkungen der Bewegungsfreiheit in der aktuellen Krise verdeutlichen allerdings nicht nur die Bedeutung bestehender, digitaler Infrastrukturen, sondern liefern auch enorme Impulse um die eigene Digitalisierung voranzutreiben. Der wichtigste Anreiz ist dabei, die Geschäfte trotz der einschränkenden Maßnahmen und wirtschaftlichen Gegebenheiten so gut wie möglich fortzuführen und weiterhin Umsätze erzielen zu können. Die Soloselbstständigen scheinen diese Impulse durchaus zu nutzen: Mehr als jeder vierte befragte Soloselbstständige hat im Laufe der Corona-Krise den Digitalisierungsgrad seiner Produkte oder Dienstleistungen erhöht. Etwas weniger stark ausgeprägt ist der Digitalisierungsschub bei der Kundenberatung (22 Prozent) und bei den internen Geschäftsprozessen (15 Prozent).

Beim Stand der Digitalisierung bestehen deutliche Unterschiede zwischen den betrachteten Branchen (Tabelle 2.2). Hinsichtlich der Digitalisierung in den Bereichen Angebot, Geschäftsprozesse und Kundenberatung lassen sich die Soloselbstständigen grob in zwei Gruppen unterteilen. Die erste Gruppe umfasst sieben Branchen, in denen die Soloselbstständigen häufig bereits über einen hohen Digitalisierungsgrad verfügen. Zu dieser Gruppe zählen IT-Dienstleistungen, Lektorat, Journalismus, Onlinehandel, Ingenieure, unternehmensnahe Dienstleistungen und Finanzdienstleistungen. Der Anteil an Soloselbstständigen mit einem hoch digitalisierten Angebot variiert innerhalb dieser Branchen zwischen 48 Prozent (Finanzdienstleistungen) und 87 Prozent (IT-Dienstleistungen). Mit Ausnahme der IT-Dienstleistungen (83 Prozent) sind die internen Geschäftsprozesse bei zwei Dritteln der Soloselbstständigen dieser Gruppe hoch digitalisiert. Bei der Digitalisierung der Kundenberatung und des Vertriebs geht die Spitzenposition verständlicherweise an die Branche Onlinehandel. Bei der Branche Finanzdienstleistungen und Versicherung (31 Prozent) und den Ingenieuren und Architekten (36 Prozent) besteht hingegen noch deutliches Verbesserungspotenzial.

Die zweite Gruppe fasst die restlichen Branchen zusammen, in denen Angebot, Geschäftsprozesse und Kundenberatung nur vergleichsweise selten hoch digitalisiert sind. Diese Branchen zeichnet aus, dass sie häufig Produkte oder Dienstleistungen anbieten, die eine direkte Interaktion mit dem Kunden erfordern. Der Anteil der Soloselbstständigen mit einem hohen Digitalisierungsgrad des Angebots reicht hier deshalb von sechs Prozent (Soziale Arbeit und Sozialwesen) bis 20 Prozent (Touristik, Sport und Freizeit). Etwas höher fallen allerdings noch die Anteile bei den Kulturschaffenden (25 Prozent) und in der Event- und Veranstaltungsbranche (27 Prozent) aus. Auch die Geschäftsprozesse sind am häufigsten bei den Kulturschaffenden (49 Prozent) und in der Event- und Veranstaltungsbranche (38 Prozent) hoch digitalisiert.

Abbildung 2.1: Digitalisierungsgrad vor der Krise und Veränderungen durch die Krise



Lesehilfe: 23 Prozent der befragten Soloselbstständigen geben an, dass der Digitalisierungsgrad ihrer Produkte und Dienstleistungen vor der Corona-Pandemie sehr hoch war. Seit Beginn der Corona-Pandemie konnten 27 Prozent der befragten Soloselbstständigen den Digitalisierungsgrad ihrer Produkte und Dienstleistungen erhöhen.

Quelle: "Wie stark bist du als Selbstständige/r von der Corona-Krise betroffen?"; Umfrage des VGSD, ZEW und der Universität Trier.

Corona beflügelt die Digitalisierung

Aus dem Anpassungsdruck der Krise heraus haben viele Soloselbstständige ihre Digitalisierungsbemühungen verstärkt. Wie häufig die Soloselbstständigen ihren Digitalisierungsgrad während der Krise erhöhen konnten, hängt wiederum stark von der Branche ab. Am häufigsten haben die Soloselbstständigen in den Branchen Training/Coaching und Schule/Unterricht Fortschritte erzielt (Tabelle 2.2). Fast 60 Prozent der Befragten in diesen Branchen haben den Digitalisierungsgrad ihres Angebots erhöht. Das ist ein enormer Schub, vor allem wenn man sich vor Augen hält, wie selten hier ein hoher Digitalisierungsgrad zu Beginn der Krise vorhanden war (10 Prozent). Als Reaktion auf ausfallende Präsenzveranstaltungen haben die Lehrenden demnach vermehrt auf E-Learning und digitale Tools zurückgreifen müssen und neue Online-Lehrangebote entwickelt. Kulturschaffende, Gesundheit und Soziale Arbeit sind weitere Branchen, die den Digitalisierungsgrad ihrer Produkte und Dienstleistungen ausgehend von einem niedrigen Stand merklich erhöht haben. Etwa jeder dritte Befragte dieser Branchen hat während der Corona-Krise entsprechende Fortschritte erzielt. Neben der Angebotspalette haben einige Branchen auch stark bei der Digitalisierung der Kundenberatung und des Vertriebs zugelegt. Besonders hervorzuheben sind hierbei die Branchen stationärer Handel, Gesundheit, Training und Schule sowie Soziale Arbeit. Während vor der Krise Kundenberatung und Vertrieb bei etwa 15 Prozent der Soloselbstständigen hoch digitalisiert waren, hat etwa jeder dritte Befragte durch die Krise hier den eigenen Digitalisierungsgrad erhöht.

Nicht in allen Branchen gelingt es den Soloselbstständigen jedoch einen Digitalisierungsschub zu realisieren. Vor allem in den Branchen Handwerk, Gastronomie, Wellness, Friseure und Kosmetik sowie Events- und Veranstaltungen gelingt es den Befragten nur selten, den ohnehin niedrigen Digitalisierungsgrad zu erhöhen (10 Prozent). In diesen größtenteils konsumnahen Branchen hilft ein hoher Digitalisierungsgrad auch nur bedingt dabei, die Geschäftstätigkeit am Laufen zu halten. In den hochdigitalisierten Branchen wie IT-Dienstleistungen und Onlinehandel wiederum besteht naturgemäß nur noch geringes Potenzial und auch ein geringerer Anpassungsdruck den Digitalisierungsgrad in der Krise weiter zu verbessern. Dennoch sind auch hier positive Entwicklungen hinsichtlich der Angebotspalette, der Geschäftsprozesse und der Kundenberatung zu erkennen.

Tabelle 2.2: Digitalisierungsgrad vor der Krise und Veränderungen durch die Krise nach Branchen

	Hoher Digitalisierungsgrad vor der Krise:			Digitalisierungsgrad durch Krise erhöht:		
	Produkte/ Dienst- leistungen	interne Geschäfts- prozesse	Kunden- beratung/ Vertrieb	Produkte/ Dienst- leistungen	interne Geschäfts- prozesse	Kunden- beratung/ Vertrieb
IT-, Software-, Web-Dienstleistung	87	83	63	16	12	22
Lektorat, Dolmetscher, Übersetzer	67	67	58	17	7	11
Journalisten oder PR	65	67	46	14	14	19
Onlinehandel	64	68	70	9	3	3
Ingenieure und Architekten	58	62	36	13	12	19
Unternehmensnahe Dienstleistungen	54	64	42	27	15	33
Finanzdienstleistungen/Versicherung	48	62	31	34	25	52
Event- und Veranstaltungsbranche	27	49	32	9	7	10
Kulturschaffende, Film, Fotografie	25	38	27	30	18	22
Touristik, Sport und Freizeit	20	33	32	21	14	16
Gastronomie, Beherbergung	18	23	27	9	5	8
Wellness, Friseure, Kosmetik	17	15	19	10	7	11
Handwerk	15	25	17	9	5	11
Vorrangig stationärer Handel	13	28	14	23	11	32
Gesundheit, Medizin und Therapie	11	24	16	35	15	28
Training/Coaching, Schule/Unterricht	10	31	15	59	22	36
Soziale Arbeit, Sozialwesen	6	19	14	32	17	32
Total	37	48	34	27	15	22

Anmerkung: Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen pro Branche an, deren Digitalisierungsgrad in den drei Bereichen vor der Corona-Pandemie (sehr) hoch war bzw. den Anteil der befragten Soloselbstständigen, die den Digitalisierungsgrad seit Beginn der Corona-Pandemie erhöht haben. Je dunkler der Grünton (Rotton) umso höher (niedriger) ist der Unternehmensanteil.

Lesehilfe: 64 Prozent der befragten Soloselbstständigen der Branche Onlinehandel geben an, dass der Digitalisierungsgrad ihrer Produkte oder Dienstleistungen (sehr) hoch ist und neun Prozent haben den entsprechenden Digitalisierungsgrad seit Beginn der Corona-Pandemie erhöht.

Quelle: "Wie stark bist du als Selbstständige/r von der Corona-Krise betroffen?"; Umfrage des VGSD, ZEW und der Universität Trier.

Mit Online-Angeboten gegen Corona

Wie die Soloselbstständigen ihr Angebot während der Krise verändert haben, zeigt Tabelle 2.3. Ein Wechsel hin zu kostenpflichtigen Online-Dienstleistungen ist besonders häufig für die Branchen Training und Schule (30 Prozent), Gesundheit (20 Prozent) und Soziale Arbeit (14 Prozent) zu beobachten. Gerade in diesen Branchen waren die angebotenen Dienstleistungen vor der Krise noch besonders selten digitalisiert. Durch die Krise bieten diese Branchen zudem vergleichsweise häufig kostenlose Online-Beratung oder Verkaufsgespräche an. Über alle Branchen hinweg setzen allerdings vor allem die Soloselbstständigen im Bereich Finanzdienstleistungen und Versicherung neuerdings auf kostenlose Online-Beratung oder Verkaufsgespräche (41 Prozent). Um die weiterhin wenig digitalisierten Produkte an den Kunden zu bringen, bieten vor allem die Branchen stationärer Handel, Handwerk, Wellness und Gastronomie seit Beginn der Krise die Abholung oder den Versand der Ware an.

Tabelle 2.3: Veränderung des Angebots durch die Corona-Pandemie nach Branchen

	Biete jetzt kostenpflichtige Online-Dienstleistungen	Biete jetzt kostenlose Online-Beratung	Versende jetzt Produkte/Bestellungen	Biete jetzt Abholung von Produkten/Bestellungen
Training/Coaching, Schule/Unterricht	30	15	1	0
Gesundheit, Medizin und Therapie	20	10	1	1
Soziale Arbeit, Sozialwesen	14	8	0	0
Unternehmensnahe Dienstleistungen	12	12	1	0
Kulturschaffende, Film, Fotografie	10	3	2	1
Touristik, Sport und Freizeit	9	5	1	0
Lektorat, Dolmetscher, Übersetzer	6	2	1	0
IT-, Software-, Web-Dienstleistung	5	5	1	1
Journalisten oder PR	4	1	1	0
Ingenieure und Architekten	4	4	1	0
Finanzdienstleistungen/Versicherung	3	41	5	0
Wellness, Friseure, Kosmetik	3	7	11	7
Vorrangig stationärer Handel	2	9	34	38
Event- und Veranstaltungsbranche	2	1	1	1
Handwerk	2	2	12	9
Onlinehandel	2	2	3	0
Gastronomie, Beherbergung	1	4	4	13
Total	11	6	2	1

Anmerkung: Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen pro Branche an, die eine entsprechende Veränderung seit Beginn der Corona-Pandemie durchgeführt haben. Je dunkler der Grünton (Rotton) umso höher (niedriger) ist der Unternehmensanteil.

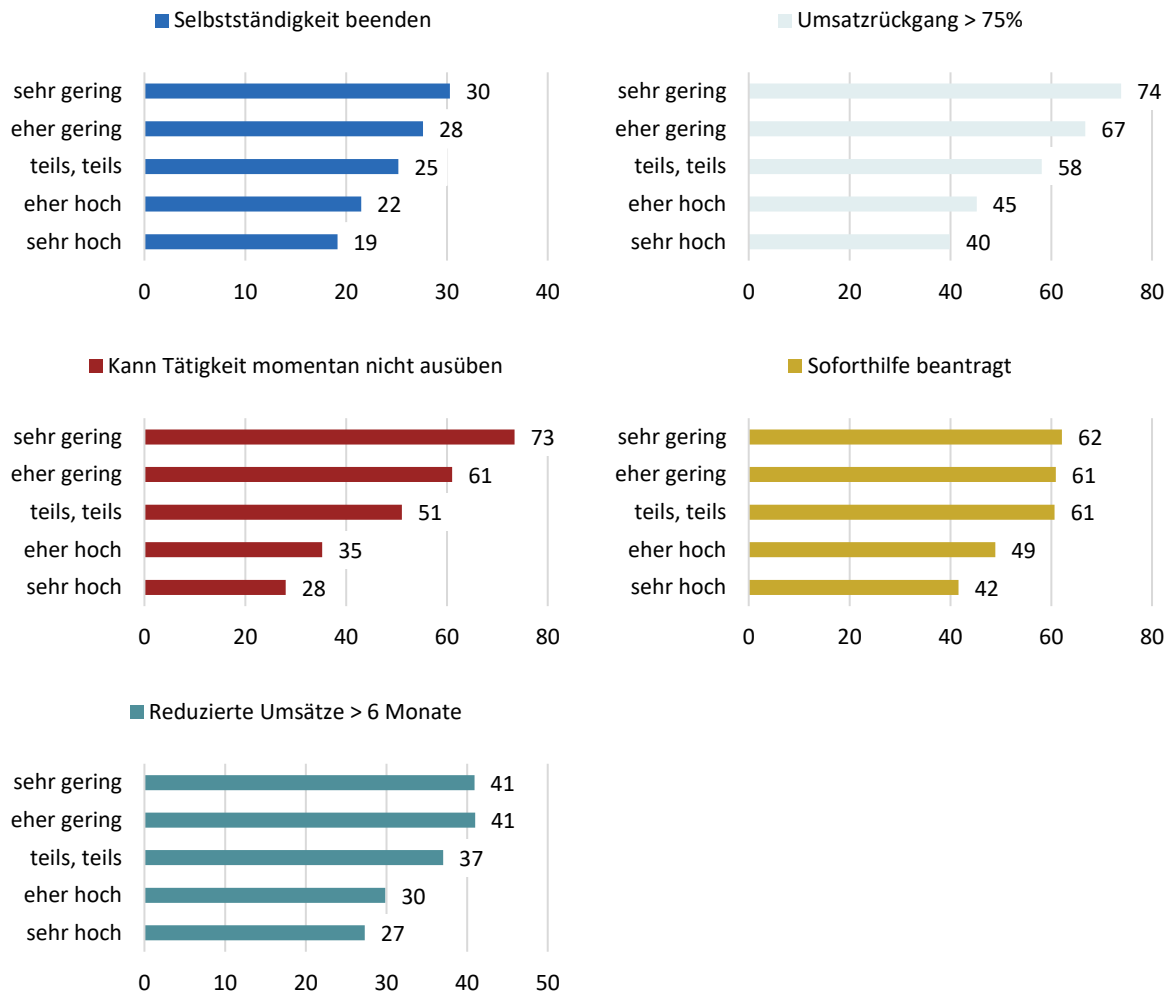
Lesehilfe: 20 Prozent der befragten Soloselbstständigen der Branche Gesundheit, Medizin und Therapie geben an, dass sie seit Beginn der Corona-Pandemie kostenpflichtig online Dienstleistungen anbieten.

Quelle: "Wie stark bist du als Selbstständige/r von der Corona-Krise betroffen?"; Umfrage des VGSD, ZEW und der Universität Trier.

2.3. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise

Der Zusammenhang zwischen Digitalisierungsgrad und Auswirkungen der Corona-Krise folgt einem klaren Muster: Hoch digitalisierte Soloselbstständige sind deutlich krisenresistenter und leiden seltener unter den potenziellen, negativen Konsequenzen der Pandemie. So waren aufgrund der einschränkenden Maßnahmen zum Zeitpunkt der Befragung etwa drei Viertel der Soloselbstständigen mit einem sehr niedrigen Digitalisierungsgrad des Angebots nicht mehr in der Lage, die eigene Tätigkeit auszuüben (Abbildung 2.2). Je stärker der Digitalisierungsgrad des Angebots allerdings ausgeprägt ist, umso geringer fällt dieser Anteil aus. Im direkten Vergleich waren letztendlich nur 28 Prozent der sehr hoch digitalisierten Soloselbstständigen nicht mehr in der Lage, ihre Tätigkeit auszuüben. Bei den vier weiteren dargestellten Auswirkungen zeigt sich ebenfalls, dass die negativen Konsequenzen der Krise seltener auftreten, je höher der Digitalisierungsgrad der angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist. Soloselbstständige mit sehr niedrigem Digitalisierungsgrad des Angebotes haben beispielsweise deutlich häufiger sehr hohe Umsatzausfälle zu verzeichnen (74 Prozent) und Soforthilfen beantragt (62) als solche mit einem sehr hohen Grad der Digitalisierung (jeweils ca. 40 Prozent). Nichtsdestotrotz sind auch die Soloselbstständigen mit einem sehr hohen Digitalisierungsgrad nicht vor den langfristigen Folgen der Corona-Krise gefeit. Fast jeder Fünfte dieser Gruppe schätzt etwa das Risiko, die Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten aufgeben zu müssen, als hoch ein.

Abbildung 2.2: Negative Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Digitalisierungsgrad der eigenen Produkte und Dienstleistungen



Anmerkung: Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen nach Digitalisierungsgrad der eigenen Produkte und Dienstleistungen an, für den eine entsprechende Auswirkung der Corona-Pandemie eingetreten ist. Zur Definition der Auswirkungen siehe Tabelle 2.1.

Lesehilfe: 30 Prozent der befragten Soloselbstständigen mit einem sehr geringen Digitalisierungsgrad der eigenen Produkte und Dienstleistungen geben an, dass eine (sehr) hohe Wahrscheinlichkeit besteht die Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten beenden zu müssen.

Quelle: "Wie stark bist du als Selbständige/r von der Corona-Krise betroffen?"; Umfrage des VGSD, ZEW und der Universität Trier.

Das Ergebnis, dass Soloselbstständige mit einem hohen Digitalisierungsgrad besser durch die Krise kommen, hängt sicherlich auch stark mit der Branche zusammen, in der sie tätig sind - schließlich bestehen zwischen den Branchen sowohl bei der Digitalisierung als auch bei den negativen Auswirkungen beachtliche Unterschiede (siehe Abschnitt 2.1 und 2.2). Während IT-Dienstleister beispielsweise hoch digitalisiert sind und deutlich seltener negative Konsequenzen der Krise erleben, sind etwa Gastronomen oder Friseurverständlicherweise wenig digital aufgestellt und auch stärker durch die Krise betroffen. Um diesem Umstand Rechnung zu tragen und dennoch bestimmen zu können, wie hilfreich die Digitalisierung bei der Bewältigung der Krise ist, werden im Folgenden Ergebnisse multivariater Schätzverfahren vorgestellt. Diese Schätzverfahren ermöglichen eine Aussage darüber, ob auch innerhalb der einzelnen Branchen Soloselbstständige mit einer vergleichsweise hohen Digitalisierung besser durch die Krise kommen. Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen werden in diesem Verfahren berücksichtigt, so dass der zusätzliche Erklärungsgehalt des Digitalisierungsgrads geschätzt werden kann.

Neben der Zugehörigkeit zu einer Branche werden in den Schätzungen weitere Charakteristika der Soloselbstständigen wie Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund berücksichtigt. Darüber hinaus fließt die Information ein, ob die Soloselbstständigen schon vor der Krise oder seit Beginn der Pandemie im Homeoffice arbeiten. Um der hohen Dynamik der Veränderungen und Maßnahmen während der Corona-Pandemie Rechnung zu tragen, wird zudem das Datum der Teilnahme an der Umfrage in die Schätzungen aufgenommen.

Je digitaler, umso krisenresistenter

Die Ergebnisse der multivariaten Regressionen zeigen, dass Soloselbstständige mit einem hohen Digitalisierungsgrad deutlich seltener von negativen Konsequenzen der Krise betroffen sind - selbst wenn deren Branche sowie weitere Charakteristika berücksichtigt werden (Tabelle 2.4). Soloselbstständige zeichnen sich in den Regressionen dann durch einen hohen Digitalisierungsgrad aus, wenn Angebotspalette, Geschäftsprozesse und Vertrieb einen mindestens hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. Für Soloselbstständige mit einem hohen Digitalisierungsgrad ist eine um 16 Prozentpunkte geringere Wahrscheinlichkeit zu beobachten, dass sie im Zeitraum der Befragung ihre Tätigkeit nicht ausüben konnten. Darüber hinaus haben Soloselbstständige mit einem hohen Digitalisierungsgrad seltener hohe Umsatzeinbußen verzeichnet (11 Prozentpunkte), Soforthilfe beantragt (6 Prozentpunkte) oder die Sorge geäußert, dass sie die Selbstständigkeit in naher Zukunft beenden müssen (3 Prozentpunkte). Ein erfolgreicher Digitalisierungsschub während der Krise hat darüber hinaus zusätzlich geholfen, negative Konsequenzen zu vermeiden. Soloselbstständige, die während der Corona-Pandemie Angebot, Prozesse oder Vertrieb stärker digitalisiert haben, besitzen eine um etwa 13 Prozentpunkte geringere Wahrscheinlichkeit dafür, dass die Tätigkeit nicht ausgeübt werden konnte oder der Umsatz stark zurückging. Auch die Wahrscheinlichkeit, dass die Befragten ihre Selbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten aufgeben müssen ist um knapp sechs Prozentpunkte geringer für Soloselbstständige, die in der Krise zusätzlich digitalisiert haben.

Die Arbeit im Homeoffice ist während der Corona-Pandemie und den erlassenen Kontaktbeschränkungen oftmals die einzige Möglichkeit um die eigene Tätigkeit aufrechtzuerhalten. Diese flexible Arbeitsplatzgestaltung ist dabei eng verbunden mit der Digitalisierung. Um effizient von zuhause aus arbeiten zu können, ist für viele Tätigkeiten eine funktionierende digitale Infrastruktur unerlässlich.⁴ Darüber hinaus eignen sich dafür eher Arbeitsaufgaben, die nicht ortsgebunden stattfinden müssen und bei denen der Kundenkontakt auch digital erfolgen kann. Soloselbstständige, die schon vor der Krise von zuhause aus gearbeitet haben oder dies seit Beginn der Pandemie tun, kommen erwartungsgemäß auch deutlich besser durch die Krise. Weibliche Soloselbstständige haben mit zwei Prozentpunkten eine leicht erhöhte Wahrscheinlichkeit für Umsatzeinbußen, während für Soloselbstständige mit einem Hochschulabschluss etwas seltener negative Konsequenzen durch die Krise auftreten.

⁴ Die Produktivitätsbeiträge eines gemeinsamen Einsatzes flexibler Arbeitsmodelle und mobiler, internetfähiger Endgeräte werden in der Studie von Viète und Erdsiek (im Erscheinen) untersucht.

Tabelle 2.4: Zusammenhang zwischen Digitalisierungsgrad und negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie

	Abhängige Variable ^a				
	Selbstständig- keit beenden (1)	Umsatzrück- gang > 75% (2)	Kann Tätigkeit momentan nicht ausüben (3)	Soforthilfe beantragt (4)	Reduzierte Um- sätze > 6 Mo- nate (5)
Hoher Digitalisierungs- grad vor der Krise ^b	-0.032*** (0.010)	-0.109*** (0.010)	-0.157*** (0.010)	-0.058*** (0.011)	-0.063*** (0.011)
Digitalisierungsgrad in der Krise erhöht ^c	-0.061*** (0.009)	-0.140*** (0.009)	-0.131*** (0.009)	-0.002 (0.010)	-0.005 (0.009)
Homeoffice vor der Krise ^d	-0.030*** (0.009)	-0.114*** (0.009)	-0.116*** (0.009)	-0.047*** (0.010)	0.021** (0.010)
Homeoffice seit der Krise ^d	-0.097*** (0.016)	-0.274*** (0.016)	-0.294*** (0.015)	-0.060*** (0.017)	-0.044*** (0.017)
Kontrollvariablen ^e	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Beobachtungen	12358	12358	12358	12358	12358
Korrigiertes R ²	0.041	0.222	0.301	0.101	0.083

Anmerkung: ^a Die abhängige Variable der multivariaten OLS-Regression ist jeweils ein binärer Indikator und gibt an, (1) ob eine (sehr) hohe Wahrscheinlichkeit besteht, die Soloselbstständigkeit in den nächsten zwölf Monaten beenden zu müssen, (2) ob der monatliche Umsatzrückgang zum Zeitpunkt der Befragung über 75 Prozent lag, (3) ob zum Zeitpunkt der Befragung die Tätigkeit nicht mehr ausgeübt werden konnte, (4) ob Soforthilfe beantragt wurde, (5) ob der Befragte mit einer finanziellen Durststrecke mit deutlich verringerten Umsätzen rechnet, die länger als sechs Monate anhält. ^b Der Indikator gibt an, dass Produkte/Dienstleistungen, interne Geschäftsprozesse und Kundenberatung/Vertrieb einen mindestens hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. ^c Der Indikator gibt an, dass mindestens für eine der Kategorien Produkte/Dienstleistungen, interne Geschäftsprozesse und Kundenberatung/Vertrieb der Digitalisierungsgrad in der Krise erhöht wurde. ^d Der Indikator gibt an, ob Homeoffice vor der Krise ein üblicher Arbeitsort war oder seit der Krise Homeoffice genutzt wird. ^e Die Kontrollvariablen umfassen 22 Branchendummies und Dummies für Hochschulabschluss, Geschlecht, vier Altersgruppen (25-34, 35-44, 45-54, 55-64) und das Teilnahmedatum. */**/** zeigen Signifikanz zum 10/5/1-Prozent-Niveau an.

Wie die vorhergehenden Ergebnisse verdeutlichen, hat ein bemerkenswerter Anteil der Soloselbstständigen den eigenen Digitalisierungsstand während der Corona-Pandemie vorangetrieben. Dieser Digitalisierungsschub hat den Befragten geholfen, negative Auswirkungen der Krise häufiger abzufedern. Die neuen digitalen Errungenschaften dürften zudem auch über die Krise hinaus von Dauer sein. Einige Branchen haben bei der Digitalisierung aufgeholt, während andere auf einem niedrigen Digitalisierungsgrad verharren. Wer aber hat darüber hinaus in der Krise besonders stark digitalisiert? Darauf geben die in Tabelle 2.5 zusammengestellten Ergebnisse multivariater Schätzungen Antwort. Das erste Ergebnis ist, dass Soloselbstständige, die bereits über einen hohen Digitalisierungsgrad verfügen, deutlich seltener weitere Fortschritte während der Krise gemacht haben. Für diese Gruppe ist beispielsweise die Wahrscheinlichkeit den Digitalisierungsgrad der Produkte oder Dienstleistungen weiter erhöht zu haben um fast 15 Prozentpunkte geringer. Durch die sehr gute Ausgangslage besteht bei diesen Soloselbstständigen ein geringer Anpassungsdruck durch die Krise und ein eher kleines Verbesserungspotenzial. Einen positiven Zusammenhang mit der Erhöhung des Digitalisierungsgrades weist die Arbeit im Homeoffice auf, die in gewisser Weise eng mit dem Digitalisierungsgrad und einer ausreichend gut funktionierenden digitalen Infrastruktur verknüpft ist.

Tabelle 2.5: Determinanten der Erhöhung des Digitalisierungsgrades während der Corona-Pandemie

	Abhängige Variable ^a : Digitalisierungsgrad in der Krise erhöht im Bereich ...		
	Produkte/ Dienstleistungen	Interne Geschäftsprozesse	Kundenberatung/ Vertrieb
	(1)	(2)	(3)
Hoher Digitalisierungsgrad vor der Krise ^b	-0.149*** (0.009)	-0.075*** (0.008)	-0.106*** (0.009)
Homeoffice vor der Krise ^c	0.100*** (0.009)	0.052*** (0.007)	0.086*** (0.008)
Homeoffice seit der Krise ^c	0.285*** (0.015)	0.151*** (0.012)	0.228*** (0.014)
Weiblich	0.050*** (0.008)	0.050*** (0.007)	0.047*** (0.008)
Hochschulabschluss	0.055*** (0.008)	0.031*** (0.007)	0.039*** (0.008)
Alter: 35-44	-0.041*** (0.013)	-0.024** (0.011)	-0.020 (0.013)
Alter: 45-54	-0.057*** (0.012)	-0.041*** (0.011)	-0.045*** (0.012)
Alter: 55-64	-0.092*** (0.013)	-0.061*** (0.011)	-0.070*** (0.013)
Kontrollvariablen ^d	Ja	Ja	Ja
Beobachtungen	12656	12656	12656
Korrigiertes R ²	0.157	0.042	0.075

Anmerkung: ^a Die abhängige Variable der multivariaten OLS-Regression ist jeweils ein binärer Indikator und gibt an, ob sich der Digitalisierungsgrad seit Beginn der Corona-Krise geändert hat für die Bereiche (1) Produkte/Dienstleistungen, (2) interne Geschäftsprozesse oder (3) Kundenberatung/Vertrieb. ^b Der Indikator gibt an, dass Produkte/Dienstleistungen, interne Geschäftsprozesse und Kundenberatung/Vertrieb einen mindestens hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. ^c Der Indikator gibt an, ob Homeoffice vor der Krise ein üblicher Arbeitsort war oder seit der Krise Homeoffice genutzt wird. ^d Die Kontrollvariablen umfassen 22 Branchendummies und das Teilnahmedatum. */**/** zeigen Signifikanz zum 10/5/1-Prozent-Niveau an.

Weibliche Soloselbstständige haben den eigenen Digitalisierungsgrad während der Krise um etwa fünf Prozentpunkte häufiger erhöhen können als männliche Soloselbstständige. Die weiblichen Befragten schneiden sogar bei allen drei Kategorien Angebot, Prozesse und Vertrieb besser ab. Dies gilt wohlgernekt bei Berücksichtigung der Branchenzugehörigkeit und des Stands der Digitalisierung vor Beginn der Krise. Die genauen Anteile der weiblichen und männlichen Soloselbstständigen, die einen hohen Digitalisierungsgrad vor der Krise und einen Digitalisierungsschub während der Krise aufweisen, sind für die unterschiedlichen Branchen in Tabelle 2.6 dargestellt. Insgesamt verfügen 25 Prozent der männlichen und 20 Prozent der weiblichen Befragten über einen hohen Digitalisierungsgrad vor der Krise. Während der Krise holen die weiblichen Befragten bei den Digitalisierungsverbesserungen auf und liegen mit 39 Prozent im Vergleich zu 31 Prozent bei den Männern klar vorne.

Die Wahrscheinlichkeit, in der Krise Fortschritte bei der Digitalisierung zu machen, ist darüber hinaus signifikant höher für Soloselbstständige mit einem Hochschulabschluss. Insbesondere der Digitalisierungsgrad der Produkte und Dienstleistungen wird von diesen Soloselbstständigen um knapp sechs Prozentpunkte häufiger erhöht. Neben dem Bildungshintergrund ist auch das Alter der Soloselbstständigen ein wichtiger Erklärungsfaktor für digitale Verbesserungen. Dabei gilt, dass die Wahrscheinlichkeit eines Digitalisierungsschubs mit steigendem Alter abnimmt. Beim Digitalisierungsgrad der Produkte und Dienstleistungen betragen die Unterschiede beispielsweise vier, sechs und neun Prozentpunkte, wenn man Solo-

selbstständige mit einem Alter zwischen 25 und 34 mit den Altersgruppen 35-44, 45-54 und 55-64 vergleicht.

Die finanziellen staatlichen Unterstützungsmaßnahmen sind für viele Soloselbstständige eine wichtige Grundlage für das Überleben in der Corona-Krise, insbesondere wenn die Nachfrage nach bestimmten Produkten und Dienstleistungen komplett einbricht wie beispielsweise im Bereich Kultur oder in der Touristik. Zusätzliche Maßnahmen sollten auch dazu beitragen, die Digitalisierung weiter voranzutreiben. Hierzu können, je nach Branchenzugehörigkeit der Soloselbstständigen, finanzielle Anreize gesetzt werden. Aber auch der Ausbau der digitalen Infrastruktur sollte nun mit Nachdruck weiter verfolgt werden, um die Digitalisierung zu befördern. Denn digitaler aus der Corona-Krise hervorzugehen, heißt für die nächste Krise besser gewappnet zu sein.

Tabelle 2.6: Digitalisierungsgrad vor der Krise und Digitalisierungsschub durch die Krise nach Geschlecht

	Hoher Digitalisierungsgrad vor der Krise ^a			Digitalisierungsgrad durch Krise erhöht ^b		
	Gesamt	Männlich	Weiblich	Gesamt	Männlich	Weiblich
IT-, Software-, Web-Dienstleistung	58	59	52	30	30	35
Onlinehandel	53	-	-	10	-	-
Lektorat, Dolmetscher, Übersetzer	47	51	46	22	17	23
Journalisten oder PR	39	40	40	27	23	31
Unternehmensnahe Dienstleistungen	32	32	31	44	43	45
Ingenieure und Architekten	29	33	-	29	25	-
Finanzdienstleistungen/Versicherung	21	-	-	57	-	-
Event- und Veranstaltungsbranche	15	15	13	15	12	25
Kulturschaffende, Film, Fotografie	14	18	10	36	32	41
Touristik, Sport und Freizeit	11	10	10	25	22	27
Wellness, Friseur, Kosmetik	7	-	8	12	-	13
Handwerk	6	5	9	15	12	21
Gesundheit, Medizin und Therapie	6	11	5	40	36	42
Vorrangig stationärer Handel	6	-	-	37	-	-
Gastronomie, Beherbergung	5	-	-	11	-	-
Training/Coaching, Schule/Unterricht	5	7	4	61	61	61
Soziale Arbeit, Sozialwesen	1	-	2	46	-	52
Total	22	25	20	35	31	39

Anmerkung: Die dargestellten Werte geben den Anteil der befragten Soloselbstständigen pro Branche an. Zellen mit einer Beobachtungsanzahl von unter 50 Befragten werden nicht ausgewiesen. ^a Der Indikator gibt an, dass Produkte/Dienstleistungen, interne Geschäftsprozesse und Kundenberatung/Vertrieb einen mindestens hohen Digitalisierungsgrad aufweisen. ^b Der Indikator gibt an, dass mindestens für eine der Kategorien Produkte/Dienstleistungen, interne Geschäftsprozesse und Kundenberatung/Vertrieb der Digitalisierungsgrad in der Krise erhöht wurde.

3. ANMERKUNGEN ZUR UMFRAGE

Die Online-Umfrage "Wie stark bist du als Selbstständige/r von der Corona-Krise betroffen?" wurde zwischen dem 07. April und dem 04. Mai 2020 vom Verband der Gründer und Selbstständigen Deutschland (VGSD), dem ZEW Mannheim und dem Forschungszentrum Mittelstand an der Universität Trier durchgeführt. Die Umfrage wurde über den VGSD verbreitet, indem personalisierte E-Mails an Mitglieder versendet wurden und im Newsletter sowie über andere Verbände für die Umfrage geworben wurde. Das Auswahlverfahren der Umfrage entspricht demnach einem Schneeballverfahren um die Teilnehmerzahl für die Gruppe der Soloselbstständigen zu maximieren und der hohen Dynamik der Corona-Pandemie durch eine kurze Laufzeit gerecht zu werden. An der Befragung haben insgesamt 27.262 Selbstständige teilgenommen. Für die Auswertungen in der vorliegenden Kurzexpose wurde die Stichprobe nach den folgenden Kriterien reduziert um den Fokus auf Soloselbstständige zu legen. Erstens wurden Selbstständige mit mindestens einem sozialversicherungspflichtigen oder geringfügig Beschäftigten ausgeschlossen (6.299 Beobachtungen). Zweitens wurden Teilnehmer ausgeschlossen, die ihre Soloselbstständigkeit nicht im Hauptberuf ausüben (3.086 Beobachtungen). Drittens wurden Teilnehmer, die jünger als 24 und älter als 65 sind, ausgeschlossen (493 Beobachtungen). Viertens wurden Teilnehmer ausgeschlossen, die nicht in einer der in Tabelle 3.1 aufgeführten Branchen tätig sind (997 Beobachtungen). Der finale Datensatz besteht somit aus 16.387 Soloselbstständigen im Hauptberuf und im Alter zwischen 25 und 64 Jahren. Je nach ausgewerteter Variable kann die Stichprobe aufgrund fehlender Werte für einzelne Fragen geringer ausfallen (Item-Nonresponse). Bei den multivariaten Regressionen werden jeweils alle Beobachtungen ausgeschlossen, die in mindestens einer verwendeten Variable einen fehlenden Wert aufweisen. 53 Prozent der Befragten sind weiblich, 67 Prozent verfügen über einen Hochschulabschluss (Fachhochschule oder Universität) und im Homeoffice arbeiteten vor der Krise 56 Prozent bzw. seit der Krise sieben Prozent. Die Befragten verteilen sich wie folgt auf die Altersgruppen: 25-34 (11 Prozent), 35-44 (25 Prozent), 45-54 (36 Prozent), 55-64 (28 Prozent). Die Verteilung der Umfrageteilnehmer nach Branchen ist in Tabelle 3.1 dargestellt. Da nur unzureichende Informationen über die Grundgesamtheit der Soloselbstständigen nach den abgefragten Branchen vorliegen, wurden für die Auswertung der Ergebnisse die individuellen Angaben der Soloselbstständigen nicht gewichtet und nicht hochgerechnet.

Tabelle 3.1: Umfrageteilnehmer nach Branche

Branche	Anzahl Beobachtungen	Anteil am Datensatz
Kulturschaffende, Film, Fotografie	4668	28,5
Training/Coaching, Schule/Unterricht	2061	12,6
Unternehmensnahe Dienstleistungen ^a	2054	12,5
Lektorat, Dolmetscher, Übersetzer	1746	10,7
Event- und Veranstaltungsbranche	1468	9,0
IT-, Software-, Web-Dienstleistung	1151	7,0
Gesundheit, Medizin und Therapie	845	5,2
Journalisten oder PR	535	3,3
Touristik, Sport und Freizeit	446	2,7
Wellness, Friseure, Kosmetik	401	2,5
Handwerk	283	1,7
Ingenieure und Architekten	253	1,5
Soziale Arbeit, Sozialwesen	124	0,8
Vorrangig stationärer Handel	112	0,7
Gastronomie, Beherbergung	98	0,6
Finanzdienstleistungen/Versicherung	76	0,5
Onlinehandel	66	0,4
Total	16.387	100.00

Anmerkung: ^a Die Branche Unternehmensnahe Dienstleistungen setzt sich zusammen aus den Teilbranchen Unternehmensberatung (799 Beobachtungen); Kommunikationsdesign, Produktdesign (647); Marketing, Onlinemarketing, Vertriebs- und Werbeberatung (400); Büroservice, Buchhaltung (88); Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung (61); Personalberatung und -vermittlung (59).

4. LITERATUR

Bertschek, I., M. Polder und P. Schulte (2019), [ICT and Resilience in Times of Crisis: Evidence from Cross-Country Micro Moments Data](#), *Economics of Innovation and New Technology* 28 (8), 759-774.

Block, J. H., C. Fisch und M. Hirschmann (2020), [Solo self-employed individuals and bootstrap financing in the COVID-19 crisis](#), working paper.

Maier, M. F. und B. Ivanov (2018), [Selbstständige Erwerbstätigkeit in Deutschland](#), Forschungsbericht 514, Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Berlin.

Viete, S. und D. Erdsiek (im Erscheinen), [Mobile Information Technologies and Firm Performance: The Role of Employee Autonomy](#), *Information Economics and Policy*.

AUTORENTEAM

Prof. Dr. Irene Bertschek

ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung Mannheim GmbH
L 7, 1
68161 Mannheim
www.zew.de
irene.bertschek@zew.de

Dr. Daniel Erdsiek*

ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische
Wirtschaftsforschung Mannheim GmbH
L 7, 1
68161 Mannheim
www.zew.de
daniel.erdsiek@zew.de

*Ansprechpartner für Rückfragen

