



Coronajahr 2020: Eine Bilanz aus Sicht Selbständiger in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Auswertung der Umfrage des Netzwerks Promoting Creative Industries (PCI) und des Bundesverbandes Kreative Deutschland



Die wichtigsten Erkenntnisse in Kürze



83%

der Selbständigen geben an, dass die Krise im Jahr 2020 sehr negative oder eher negative Auswirkungen auf ihre Selbständigkeit hatte.

**Selbständige in der Kultur- und
Kreativwirtschaft greifen
substantiell auf Rücklagen zurück –
mit langfristigen sozialpolitischen
Folgen und Auswirkungen auf
Investitions- und
Innovationsmöglichkeiten.**

**Selbständige in der Kultur- und
Kreativwirtschaft rechnen erst ab
2022 mit einer wirtschaftlichen
Erholung.**

**Die Corona-Krise war ein Booster
für Kooperationen innerhalb der
Kultur- und Kreativwirtschaft.**

Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben agil auf die Krise reagiert. Sie haben neue künstlerische bzw. kreative Formate und Projekte entwickelt, ihr Geschäftsmodell verändert, Angebote digitalisiert und neue Publikums-/ Kundengruppen erschlossen.

Die Coronakrise hat einen wichtigen Digitalisierungsschub für die Kultur- und Kreativwirtschaft gebracht.

**Gründer:innen* blicken
pessimistischer in die Zukunft und
geben auch häufiger an, eine
sozialversicherungspflichtige
Beschäftigung aufgenommen zu
haben oder dies tun zu wollen.**

*Selbständige, die seit 2018 oder kürzer am Markt sind

**Der Kultur- und Kreativwirtschaft
droht ein Braindrain.**

Die Verluste aus der Verwertung von Urheberrechten aus dem letzten Jahr werden erst dieses Jahr spürbar und sich auch darüber hinaus auswirken.

52%

der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sehen ihre wirtschaftliche Existenz stark bis sehr stark gefährdet. Rechnet man jene dazu, die ihre Existenz auch “eher gefährdet” sehen, sind es sogar 73%.



Wirtschaftliche Bilanz

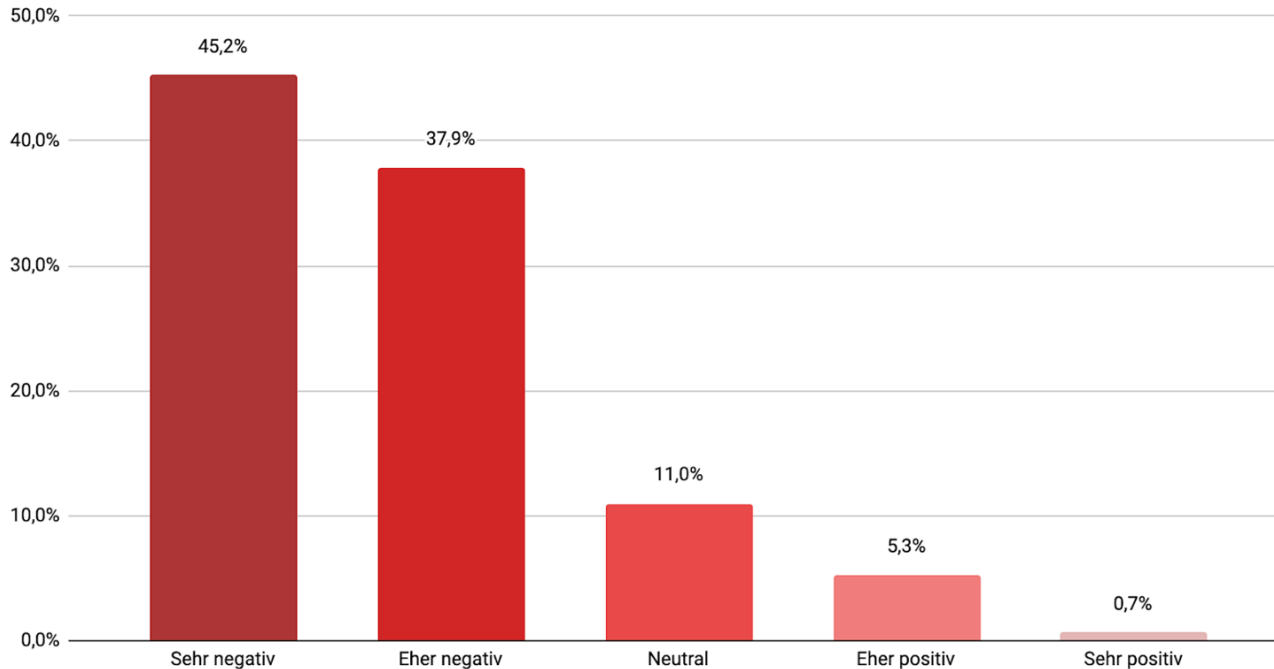


83%

der Selbständigen geben an, dass die Krise im Jahr 2020 sehr negative oder eher negative Auswirkungen auf ihre Selbständigkeit hatte.

Wirtschaftliche Auswirkungen

Auswirkungen Corona-Pandemie auf Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft
(N= 1.978)



Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

82%

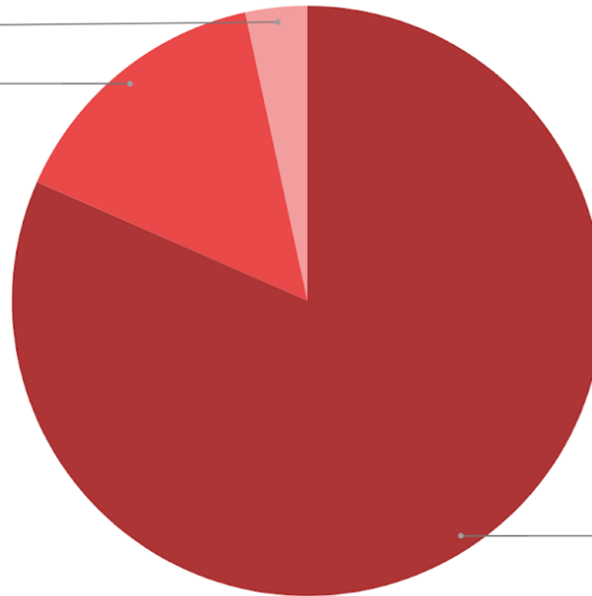
der Selbständigen verzeichneten im Jahr 2020 coronabedingte
Umsatzrückgänge.

Coronabedingte Umsatzveränderung

Umsatzveränderungen im Jahr 2020 durch Corona
(N= 1.979)

Umsatzsteigerungen
3,4%

Weder Umsatzrückgänge noch Umsatzsteigerungen
15,0%



Umsatzrückgänge
81,6%

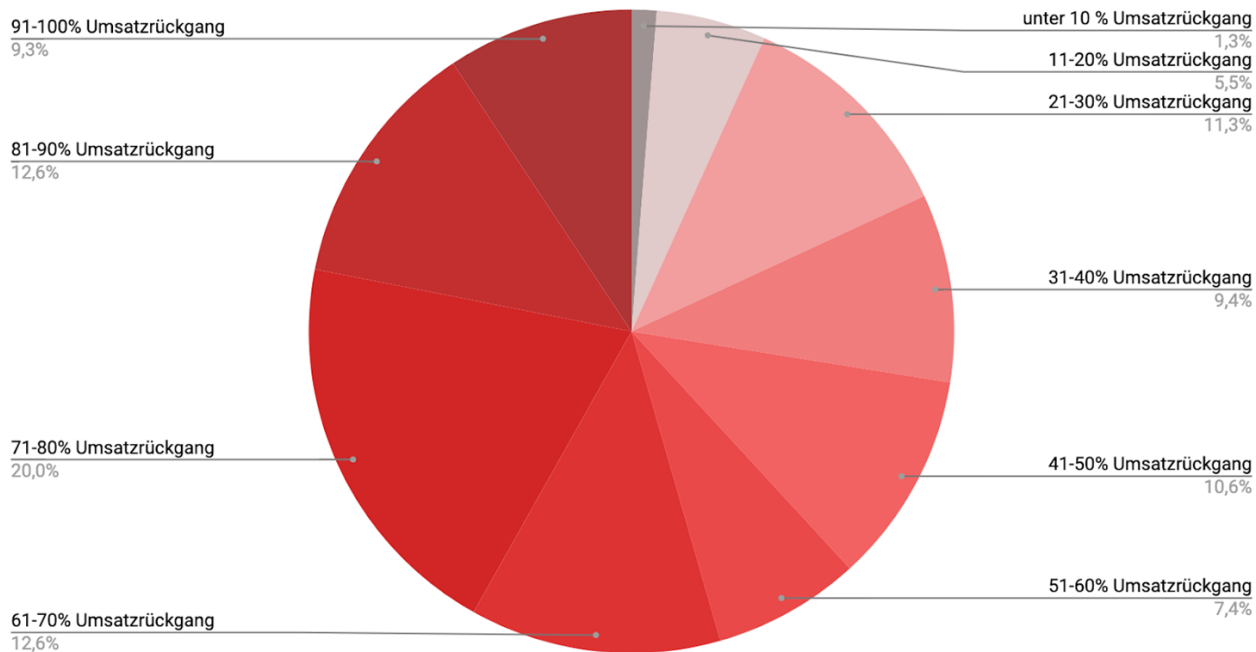
42% der Selbständigen mit Umsatzrückgängen verzeichnen Rückgänge um über 70%.

Mit der Bilanz des Coronajahres 2020 wird deutlich, dass die Umsatzrückgänge **deutlich drastischer** ausfallen, als es Selbständige im April 2020 prognostiziert hatten.

Umsatzrückgänge

Umsatzrückgang 2020 in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie

(Umsatzrückgang in Prozent; N= 1.598)



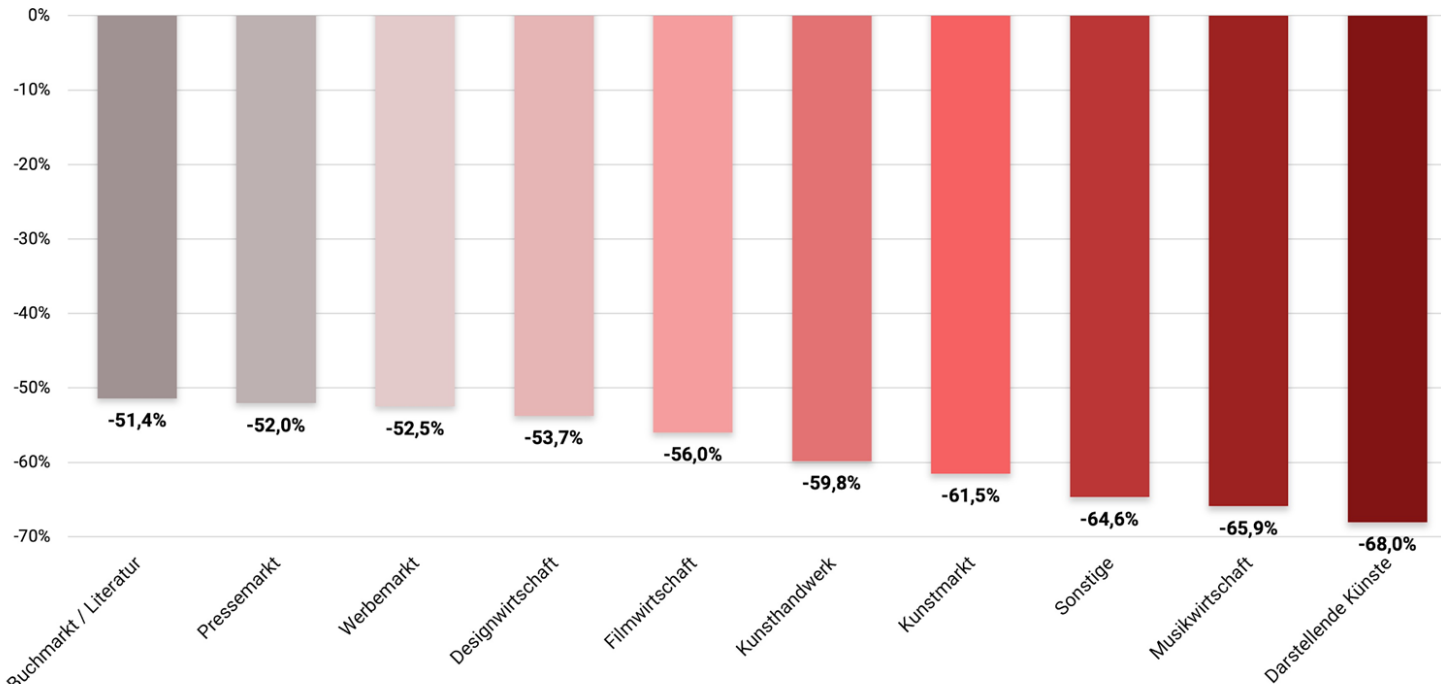
**Von Umsatzrückgängen sind
besonders stark die
Darstellenden Künste und die
Musikwirtschaft betroffen.**

Aber auch Selbständige in anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft haben erhebliche Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

Umsatzrückgänge nach Teilmärkten

Durchschnittlicher Umsatzrückgang 2020 in den Teilmärkten

(N= 1.559)



Zum Architekturmarkt, zur Rundfunkwirtschaft und Software-/Games-Industrie liegen keine ausreichenden Daten vor.

73%

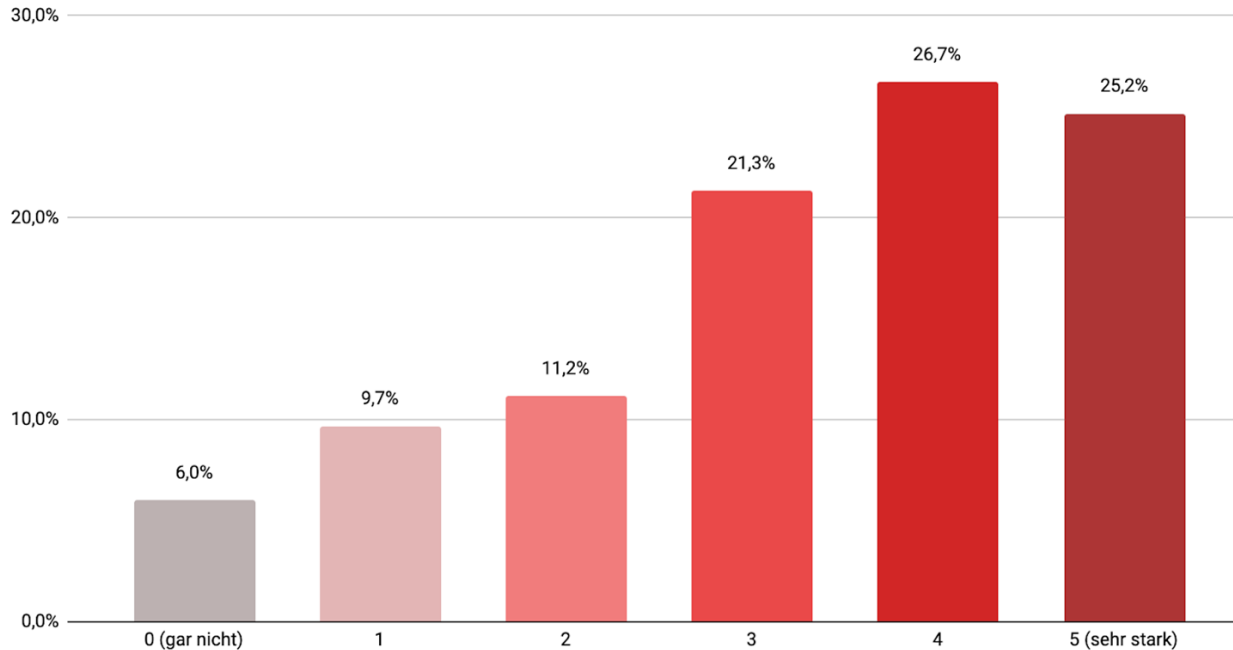
der Selbständigen geben an, sehr stark, stark oder eher stark in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht zu sein.

Selbständige, die in einem Fach- oder Berufsverband, einem kultur- und kreativwirtschaftlichem Netzwerk organisiert sind oder Mitglied in einer Kammer oder Verwertungsgesellschaft sind, fühlen sich etwas weniger stark in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht als Selbständige, die in keiner dieser Organisationen Mitglied sind.

Einschätzung Existenzgefährdung

Einschätzung der gegenwärtigen Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz

(Skala 0 - 5 // 0= gar nicht; 5= sehr stark; N= 1.988)



Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Zu den Berufsgruppen, die Umsatzsteigerungen verzeichneten

gehörten u.a. Berater:in im Bereich Changemanagement,
Softwareentwickler:in E-Learning, Berater:in im Bereich digitale
Transformation und User Experience, 3D-Illustrator:in, Multimedia-
Künstler:in, Podcaster:in, Webentwickler:in.



Inanspruchnahme Coronahilfen



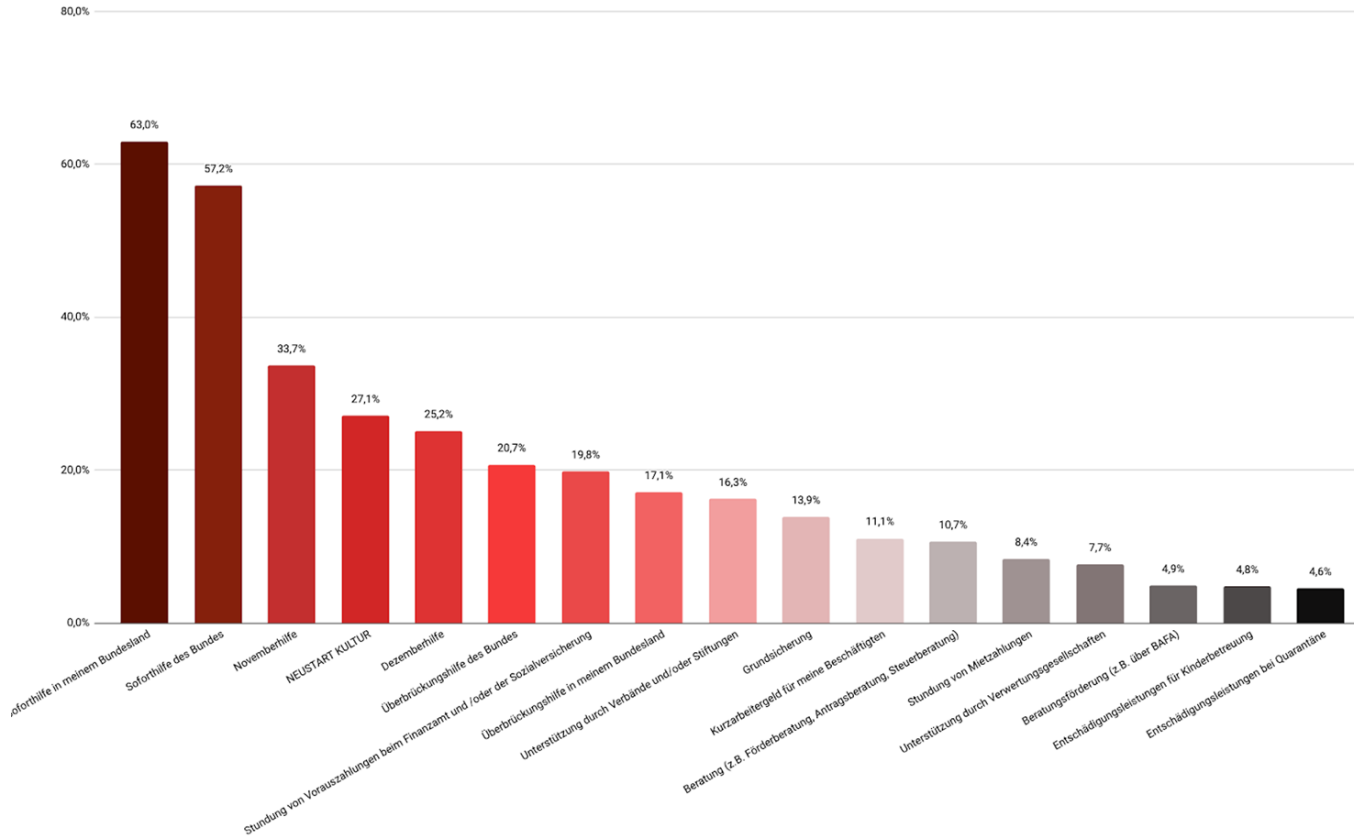
Nur 14%

der Selbständigen nehmen den sog. vereinfachten Zugang zur Grundsicherung in Anspruch. Hintergrund dürften hier u.a. die Regelungen zur Bedarfsgemeinschaft sein, durch die dieses Instrument für viele de facto nicht zugänglich ist.

Soforthilfen in den Ländern gehören zu den am häufigsten genutzten Hilfen. Selbständige mit Betriebskosten nutzten auch die Soforthilfe des Bundes. Die Unterstützungen durch Verbände, Stiftungen u.ä. wurden von mehr von Selbständigen genutzt als die Grundsicherung.

Inanspruchnahme Corona-Hilfen

(Mehrfachnennungen möglich; Antragssteller:innen N= 1.292; Anträge N= 4.470)



Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Der Anteil bewilligter Corona-Hilfen

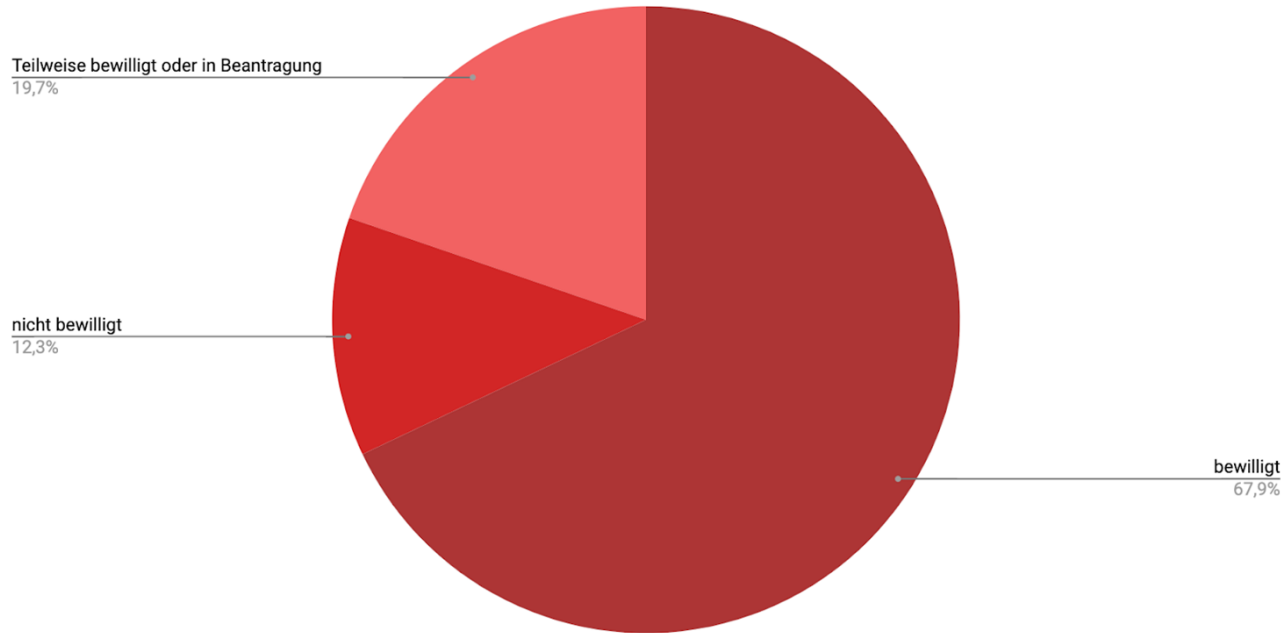
betrug bei Selbständigen 67,9%.

12,3% der Anträge wurden nicht bewilligt, jeder fünfte Antrag auf Corona-Hilfen wurde teilweise bewilligt oder war zum Zeitpunkt der Umfrage noch in Beantragung.

Selbständigen Frauen wurde häufiger Grundsicherung bewilligt als selbständigen Männern, die einen Antrag auf diese Hilfe stellten.

Bewilligung Corona-Hilfen

Corona-Hilfen /// Erfolgsquote bei Beantragung
(Anzahl Anträge: N= 4.470)





Bewältigungs- strategien



71%

der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft haben Veränderungen in ihrer selbständigen Tätigkeit vorgenommen.

Dabei macht es nahezu keinen Unterschied, ob Selbständige negative oder positive Auswirkungen der Corona-Pandemie auf ihre Selbständigkeit konstatieren.

Zwei Drittel

der Selbständigen, die Veränderungen vorgenommen haben,
haben 2020 Rücklagen aufgezehrt.

Bewältigungsstrategien 2020

– Mehrfachantworten möglich –

Ich habe Rücklagen aufgezehrt	68,9%
Ich habe neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickelt	67,9%
Ich habe mein Geschäftsmodell erweitert bzw. umgestellt (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	62,0%
Ich habe mich weitergebildet	60,9%
Ich habe neue Technologien zur Anwendung gebracht	55,8%
Ich habe Arbeitsabläufe optimiert	44,0%
Ich habe Angebote digitalisiert	43,1%
Ich habe neue Netzwerke/Kundengruppen aufgeschlossen	40,0%

Ich habe eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufgenommen	14,4%
Ich habe einen Kredit aufgenommen	11,0%
Ich habe ein neues Unternehmen gegründet / mitgegründet	7,7%
Ich habe Beschäftigte entlassen	7,5%
Ich nutze neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding	6,3%
Ich habe meine Selbständigkeit aufgegeben	4,3%
Ich habe neue Beschäftigte eingestellt	3,8%
Ich habe für mein Unternehmen Insolvenz angemeldet	0,9%

Corona: Booster für Kooperationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft

Insbesondere Selbständige aus dem Pressemarkt, dem Markt für Darstellende Künste, der Filmwirtschaft sowie dem Werbemarkt und der Designwirtschaft stimmen der Aussage tendenziell zu, dass es durch die Krise mehr Kooperationen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt.

**Die Krise hat nicht zu mehr
Kooperationen zwischen der Kultur-
und Kreativwirtschaft und anderen
Branchen geführt.**

Diese Einschätzung teilen Selbständige aus allen Teilmärkten der Kultur-
und Kreativwirtschaft.

Die Corona-Krise hat einen wichtigen Digitalisierungsschub für die Kultur- und Kreativwirtschaft gebracht.

Mit Ausnahme der Rundfunkwirtschaft und der ohnehin digitalen Software-/Gamesindustrie stimmen Befragte aus allen Teilmärkten dieser Aussage überwiegend zu. Besonders deutlich fällt die Zustimmung im Architekturmarkt, im Kunsthandwerk, im Kunst- und Pressemarkt sowie im Werbemarkt und der Designwirtschaft aus.



Perspektiven



72% der Selbständigen werden auch 2021 Veränderungen in ihrer Selbständigkeit vornehmen.

Die Entwicklung neuer Projekte und Ideen steht dabei an erster Stelle. Selbständige werden ihr Geschäftsmodell weiterhin anpassen oder erweitern, auf Digitalisierung und Weiterbildung setzen und neue Netzwerke und Kundengruppen erschließen. Knapp die Hälfte rechnet damit, weiterhin Rücklagen aufzehren zu müssen.

23% kündigen an, eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufzunehmen.

Jede/r Achte geht davon aus, seine Selbständigkeit aufgeben zu müssen.

Geplante Bewältigungsstrategien

– Mehrfachantworten möglich –

Ich werde neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickeln	71,1%
Ich werde mein Geschäftsmodell erweitern bzw. umstellen (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	69,1%
Ich werde mich weiterbilden	66,2%
Ich werde neue Netzwerke/Kundengruppen aufschließen	62,9%
Ich werde neue Technologien zur Anwendung bringen	54,3%
Ich werde Arbeitsabläufe optimieren	49,6%
Ich werde Angebote digitalisieren	49,2%
Ich werde Rücklagen aufzehren	45,6%

Ich werde eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufnehmen	22,8%
Ich werde neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding nutzen	20,7%
Ich werde ein neues Unternehmen gründen / mitgründen	13,6%
Ich werde meine Selbständigkeit aufgeben	13,4%
Ich werde einen Kredit aufnehmen	9,6%
Ich werde neue Beschäftigte einstellen	7,8%
Ich werde Beschäftigte entlassen	6,2%
Ich werde für mein Unternehmen Insolvenz anmelden	2,8%

82% der Selbständigen rechnen 2021 nicht mit einer wirtschaftlichen Erholung.

Von diesen rechnen sogar 10% mit weiteren Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorjahr. Knapp jede/r fünfte rechnet mit Umsatzsteigerungen gegenüber 2020.

Die Einschätzung der weiteren Umsatzrückgänge ergibt sich u.a. daraus, dass die Verluste aus der Verwertung von Urheberrechten, die letztes Jahr durch den weitgehenden entstanden sind, sich erst in diesem Jahr in den Umsätzen widerspiegeln.

Einschätzung der Umsatzentwicklung 2020-2021

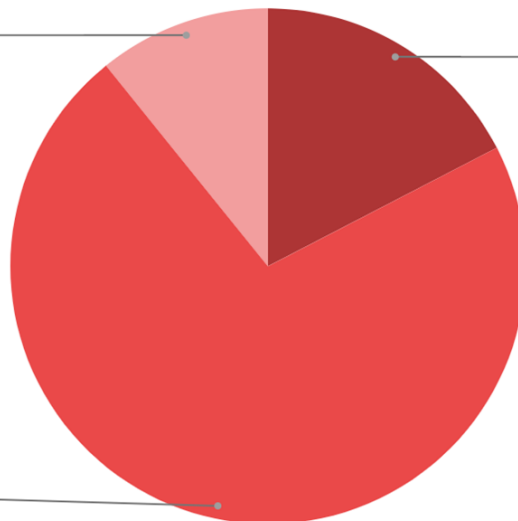
Erwartete Umsatzveränderungen vom Jahr 2020 auf das Jahr 2021 // Prognose

(N= 1.902)

Umsatzrückgang
10,8%

Umsatzsteigerung
17,4%

Umsatz gleich
71,8%



Die Hälfte der Selbständigen rechnet auch 2022 noch mit stagnierenden Umsätzen.

47% gehen davon aus, dass sie im nächsten Jahr ihre Umsätze gegenüber dem laufenden Jahr steigern können.

Einschätzung der Umsatzentwicklung 2021-2022

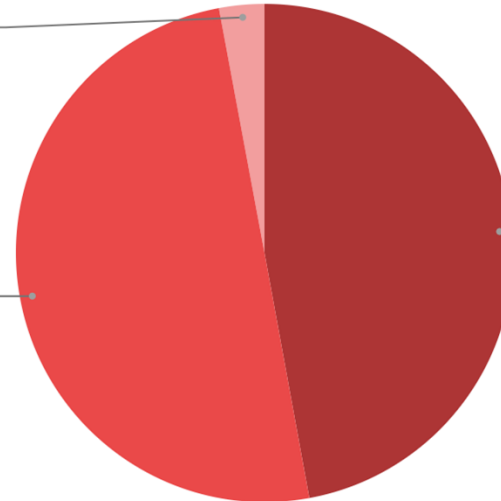
Erwartete Umsatzveränderungen vom Jahr 2021 auf das Jahr 2022 // Prognose

(N= 1.904)

Umsatzrückgang
2,9%

Umsatz gleichbleibend
49,9%

Umsatzsteigerung
47,1%



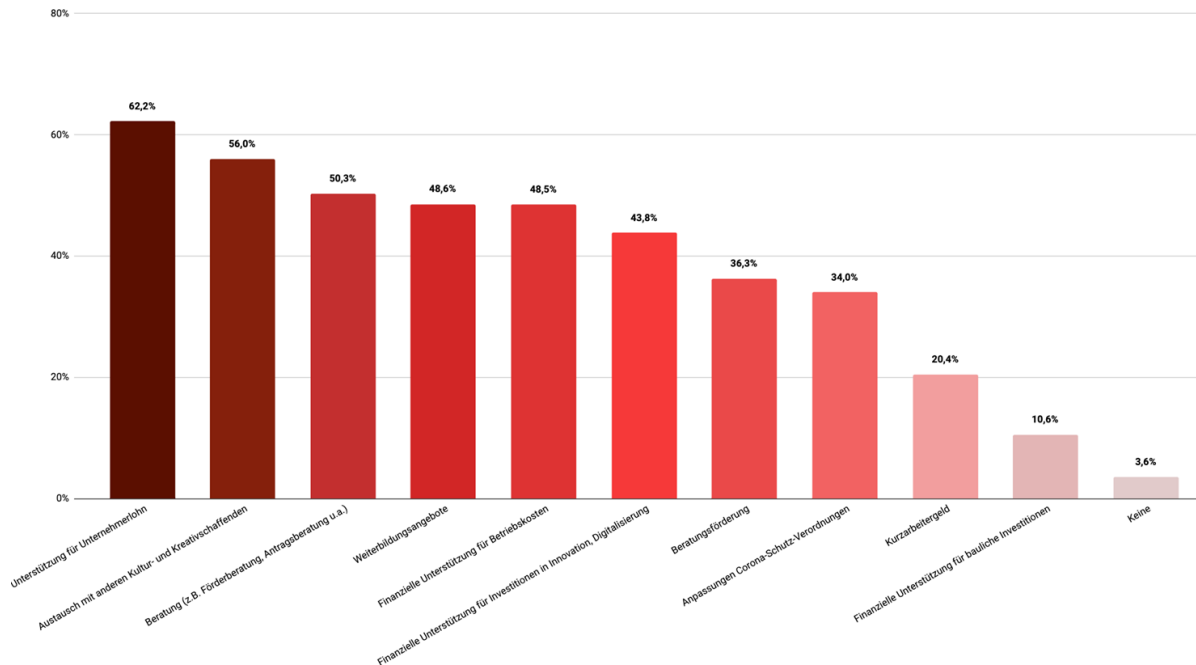
Was Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft jetzt hilft

sind aus Sicht der Befragten in erster Linie ein Unternehmerlohn oder ein Grundeinkommen unabhängig vom Einkommen anderer Haushaltsmitglieder.

Der Austausch mit anderen Kreativen steht an zweiter Stelle, auch Beratungs- und Weiterbildungsangebote und Beratungsförderung, finanzielle Unterstützung für Betriebskosten und Investitionen in Innovation und Digitalisierung werden als sinnvolle Unterstützung befürwortet.

Unterstützungsmaßnahmen zur Sicherung der wirtschaftlichen Existenz

Weitere Unterstützungsmaßnahmen zur Existenzsicherung
(Mehrfachnennungen möglich, außer bei "Keine"; N= 1.933)



Was Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft außerdem hilft

Viele Selbständige adressieren auch Öffnungsperspektiven, durch die sie wieder wirtschaftlich tätig werden könnten und die damit verbundene Bedeutung von Planungssicherheit, die Zahlung von Ausfallhonoraren und Unterstützungsleistungen analog zum Kurzarbeitergeld.

Genannt werden u.a. auch Steuerentlastungen bzw. -senkungen, Förderung im Bereich Digitalisierung und Unterstützung bei der Kinderbetreuung / Homeschooling, Aufträge, die Bereitstellung von kostenfreien oder kostengünstigen Arbeitsräumen und weitere finanzielle Unterstützungen wie Stipendien.

Interessenvertretung gegenüber der Politik: große Unzufriedenheit und Unterschiede zwischen Bund und Ländern

Insgesamt stimmen für die Bundesebene 17% der Selbständigen mittelmäßig bis überwiegend zu, dass Ihre Interessen gegenüber der Politik gut vertreten waren, auf Landesebene 27%, auf der Ebene der Kommunen/Gemeinden 26%.

Der überwiegende Teil der Selbständigen stimmt der Aussage einer guten Interessenvertretung jedoch wenig bis gar nicht zu: dies sind für die Bundesebene 82% und für die Landes- und kommunale Ebene jeweils 72% der Selbständigen.



Angaben zur Selbständigkeit



Solo-Selbständige im Fokus

An der Umfrage nahmen ganz überwiegend Selbständige ohne Beschäftigte teil, darunter 74% Solo-Selbständige und 13% Selbständige, die (auch) mit anderen Selbständigen im Verbund arbeiten.

Selbständige: Unternehmensgröße

Unternehmensgröße

(N= 1.810)

10-49 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

1,5%

5-9 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

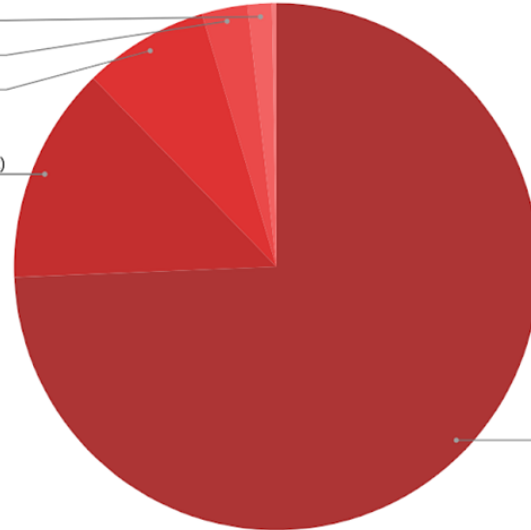
2,8%

1-4 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

7,7%

Selbständig und/oder in einem Unternehmen mit anderen Selbständigen (z.B. GbR)

13,3%



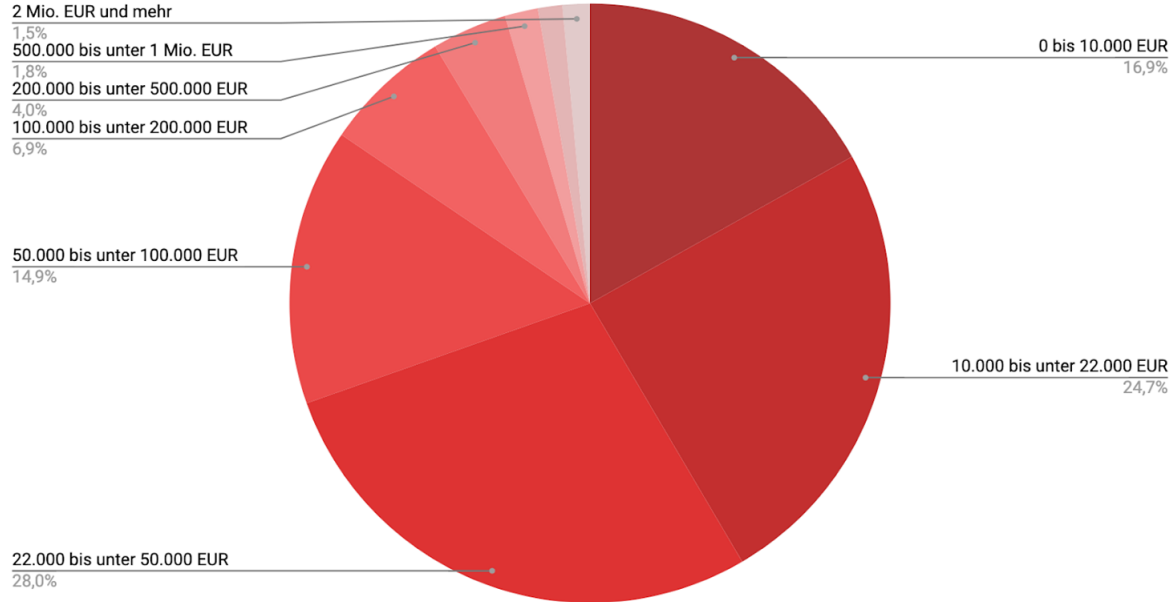
Solo-Selbständige ohne Beschäftigte

74,4%

Selbständige: Umsatzgrößenklassen

Umsatzgrößenklassen

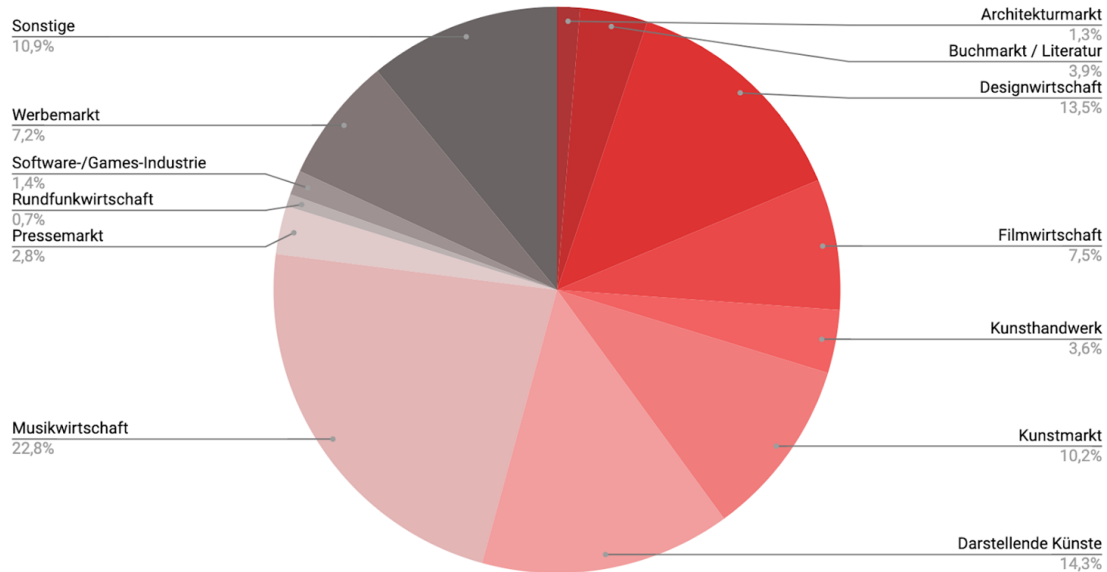
(Jahresumsatz 2019; N= 1.904)



Selbständige nach Teilmärkten

Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft

(überwiegende Tätigkeit im entsprechenden Teilmarkt; N= 1.994)



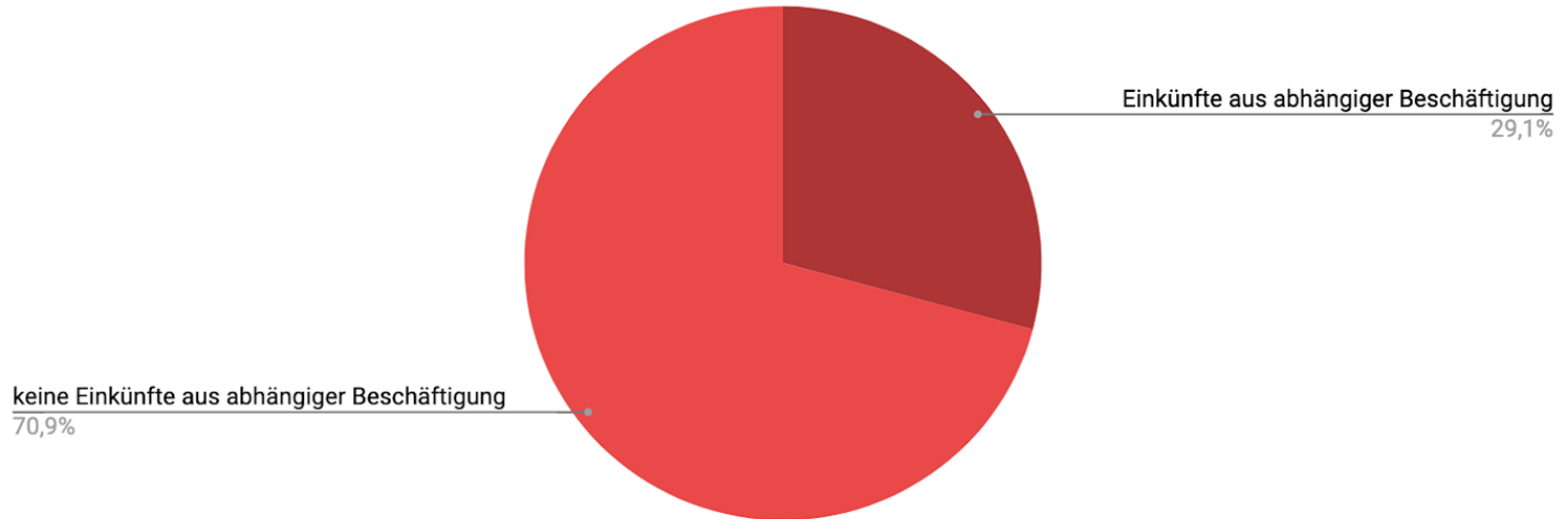
29% der Selbständigen hatten 2020 auch Einkommen aus abhängiger Beschäftigung

Frauen (33%) haben häufiger als Männer (25%) neben der Selbständigkeit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung.

Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

Einkünfte aus abhängiger Beschäftigung

(N= 1.805)



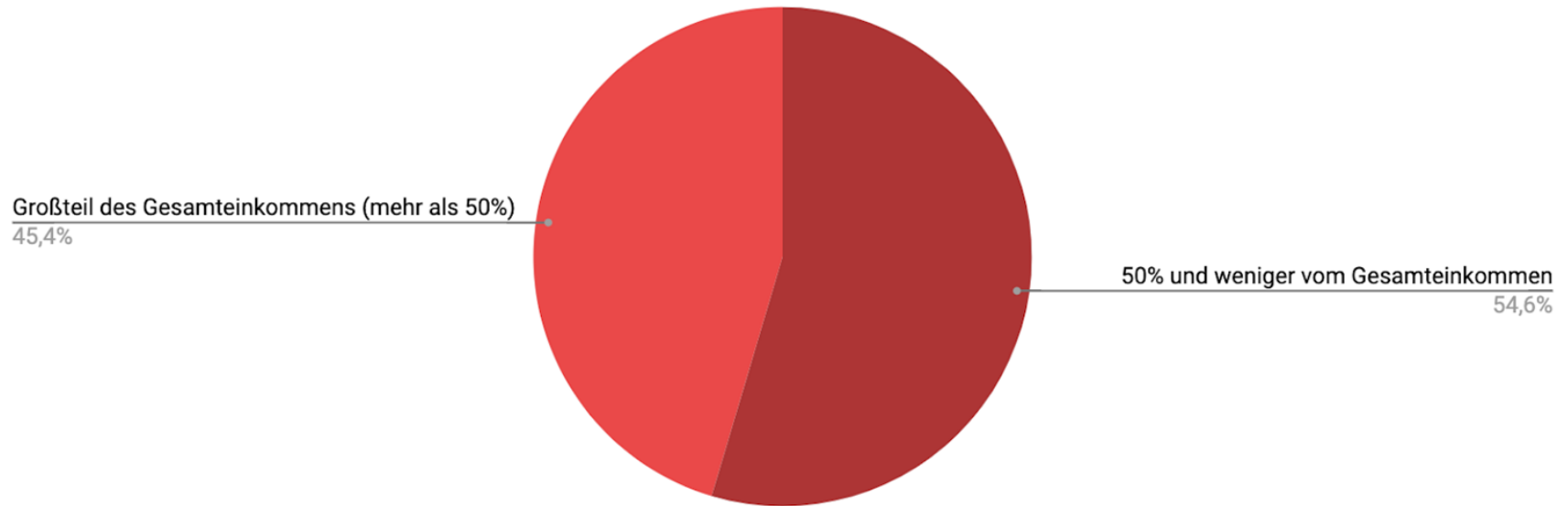
Für 55% der Selbständigen mit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung ist dieses nicht die Haupteinkommensquelle.

Für 45% der Selbständigen, die auch eine abhängige Beschäftigung haben, ist diese die Haupteinkommensquelle (51% und mehr des Einkommens).

Frauen haben neben der Selbständigkeit häufiger als Männer auch Einkommen aus abhängiger Beschäftigung.

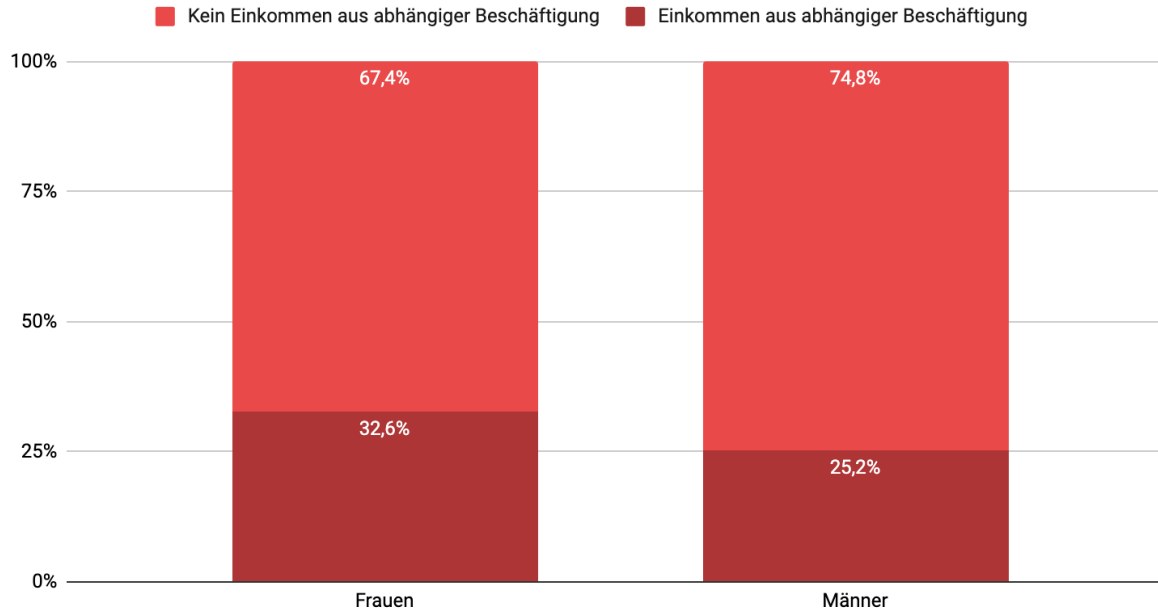
Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

Anteil der Einkünfte aus abhängiger Beschäftigung am Gesamteinkommen
(N= 467)



Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

Einkommen aus abhängiger Beschäftigung neben der Selbständigkeit
(Anteile nach Geschlecht; Frauen N= 929; Männer N=795)



Nur die Hälfte der Solo-Selbständigen

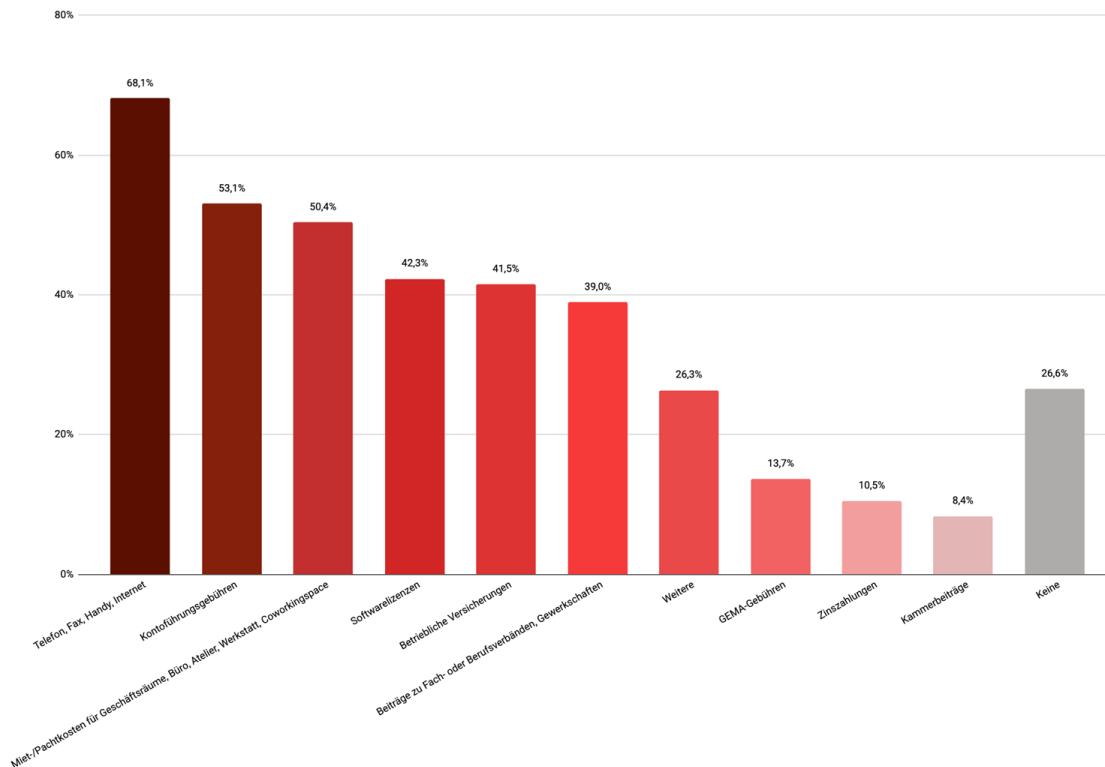
hat Ausgaben für Mieten und/oder Pacht von Geschäftsräumen,
Büros, Ateliers, Werkstätten oder Coworking Spaces.

Corona-Hilfen, die sich auf Fixkosten bezogen, griffen deshalb für
einen substanziellen Teil der Gruppe der Selbständigen in der
Kultur- und Kreativwirtschaft nicht.

Betriebskosten bei Solo-Selbständigen

Solo-Selbständige und Betriebskosten

(Mehrfachnennungen möglich, außer bei "Keine"; Anzahl Solo-Selbständige N= 1.343)



Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Über die Hälfte der Selbständigen hat Auslandsumsätze

54% der Selbständigen geben an, dass sie Umsätze auch im Ausland erwirtschaften.

Bei 56% dieser Gruppe beträgt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz 1-10%.

Bei 28% der Selbständigen mit Auslandsumsätzen machen diese zwischen 11% und 30% des Gesamtumsatzes aus.

Selbständigkeit und Auslandsumsätze

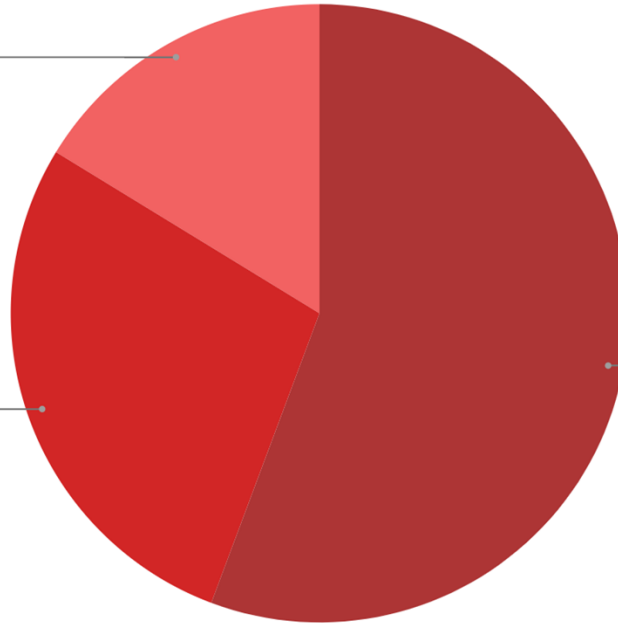
Anteil Auslandsumsätze am Gesamtumsatz

(N= 1.088)

31%-100%
16,3%

11%-30%
28,0%

1%-10%
55,7%



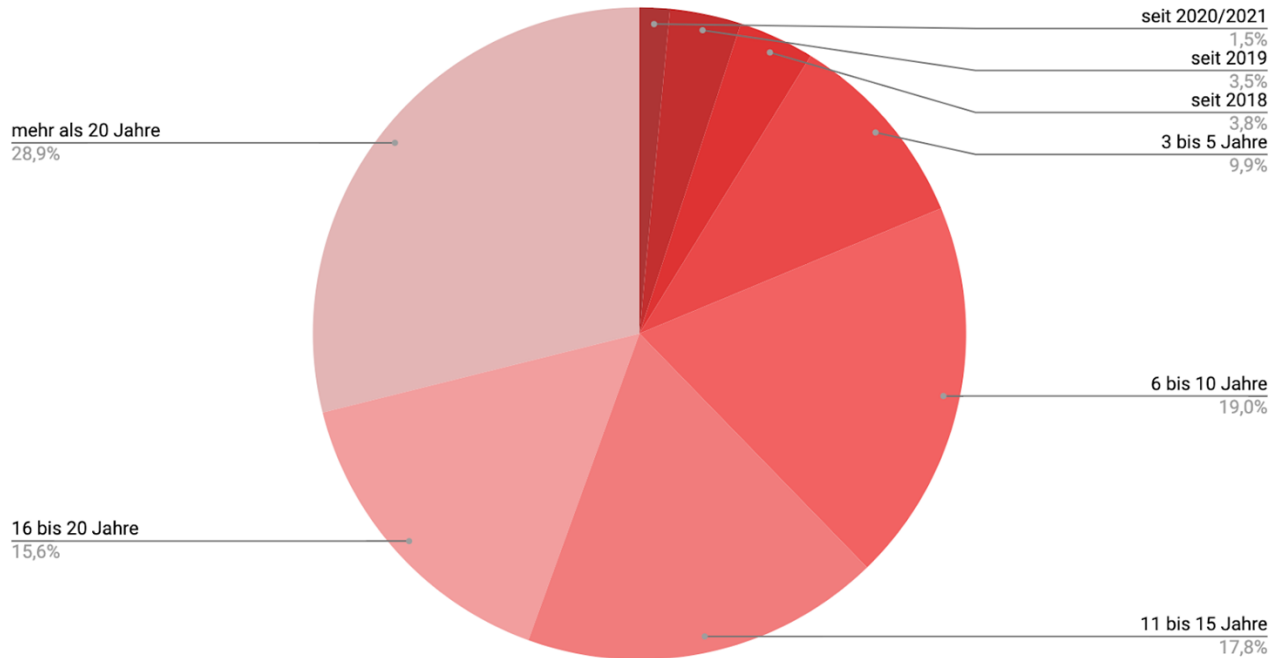
Die Mehrheit der Selbständigen ist am Markt etabliert

Knapp 30% üben ihre Selbständigkeit sogar schon mehr als 20
Jahre aus.

Selbständigkeit: Bestehen am Markt

Dauer der Selbständigkeit in der Kultur- und Kreativwirtschaft

(N= 1.810)



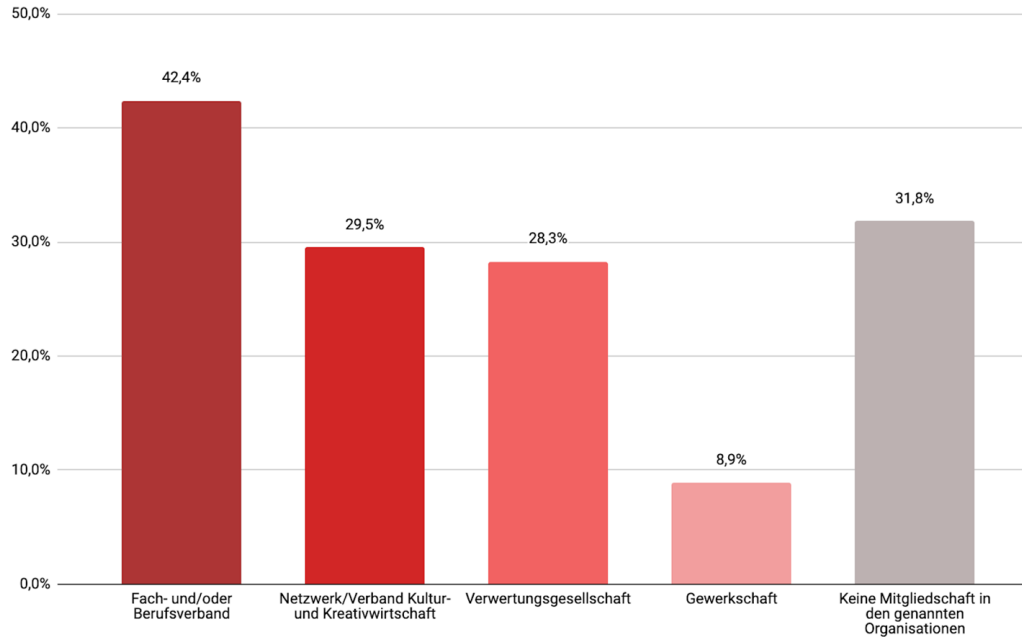
Rund ein Drittel

der Selbständigen ist nicht einem Fach- oder Berufsverband, kultur- und kreativwirtschaftlichem Netzwerk, einer Kammer oder Gewerkschaft organisiert oder Mitglied einer Verwertungsgesellschaft.

Selbständige: Mitgliedschaften

Mitgliedschaft in Organisationen

(Mehrfachnennungen möglich; N= 1.809)



52%

der Selbständigen, die sich an der Umfrage beteiligten,
sind Frauen. 44% der Befragten sind Männer, 1% gaben ihr
Geschlecht als divers/beides/keines/veränderlich an, 3% machten
keine Angabe zum Geschlecht.



Methodische Hinweise



Methodische Hinweise

Die Umfrage wurde online über einen standardisierten Fragebogen durchgeführt. Der Fragebogen wurde mit freundlicher Unterstützung durch den Lehrstuhl für Methoden der empirischen Sozialforschung der TU Dresden erstellt.

Die Erhebung erfolgte anonym im Zeitraum 13.01. bis 14.02.2021. Bundesweit nahmen an der Befragung 2.006 Selbständige aus der Kultur- und Kreativwirtschaft teil.

Angesprochen waren Personen, die selbständig in der Kultur- und Kreativwirtschaft arbeiten, unabhängig vom zeitlichen Umfang der Tätigkeit und dem Einkommen, das aus der Tätigkeit generiert wird.

Die Abweichungen in der Gesamtanzahl der Antworten zu einzelnen Fragen ergeben sich dadurch, dass nicht alle Umfrageteilnehmer:innen alle Fragen beantworteten sowie durch Filterfragen. Die Gesamtanzahl der Antworten, auf die sich die prozentualen Angaben beziehen, ist in den Grafiken jeweils vermerkt.

Responseeffekte sind insofern zu berücksichtigen, dass sich an der Umfrage überwiegend Selbständige beteiligten, die negative Auswirkungen durch die Corona-Pandemie konstatieren.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass es bei den teilmarktspezifischen Auswertungen z.T. nur eine geringe Anzahl von Antworten gab.

Eine kommerzielle Weiterverwendung der Daten außer zu Zwecken der journalistischen Berichterstattung ist ausgeschlossen.



**Über das Netzwerk
Promoting Creative
Industries und den
Bundesverband Kreative
Deutschland**



Die Umfrage wurde durchgeführt durch

PCI
PROMOTING
CREATIVE INDUSTRIES

Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI)

Deutschlandweit unterstützen Förderer Selbständige und Unternehmen in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Dabei handeln sie in öffentlichem Auftrag und/oder erhalten Mittel aus der öffentlichen Hand. Das Netzwerk "PCI - Promoting Creative Industries" bündelt die Kompetenzen von über 40 lokalen und regionalen öffentlichen Förderern.

<https://www.foedernetzwerk-kreativwirtschaft.de>

Kreative



Bundesverband Kreative Deutschland

Kreative Deutschland ist der deutschlandweite Zusammenschluss von lokalen und regionalen Kultur- und Kreativwirtschaftsnetzwerken. Sie repräsentieren die Kultur- und Kreativwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt in Stadt und Land.

<https://kreative-deutschland.de>