



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

Auswertung der Umfrage des Netzwerks Promoting Creative Industries (PCI) und des Bundesverbands Kreative Deutschland für Hamburg



# **Die wichtigsten Erkenntnisse in Kürze**



# 81%

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

\*Aus Hamburg haben 226 Personen an der Umfrage teilgenommen.

**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.**

# 54%

der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sehen ihre wirtschaftliche Existenz stark oder sehr stark gefährdet.



# Wirtschaftliche Bilanz



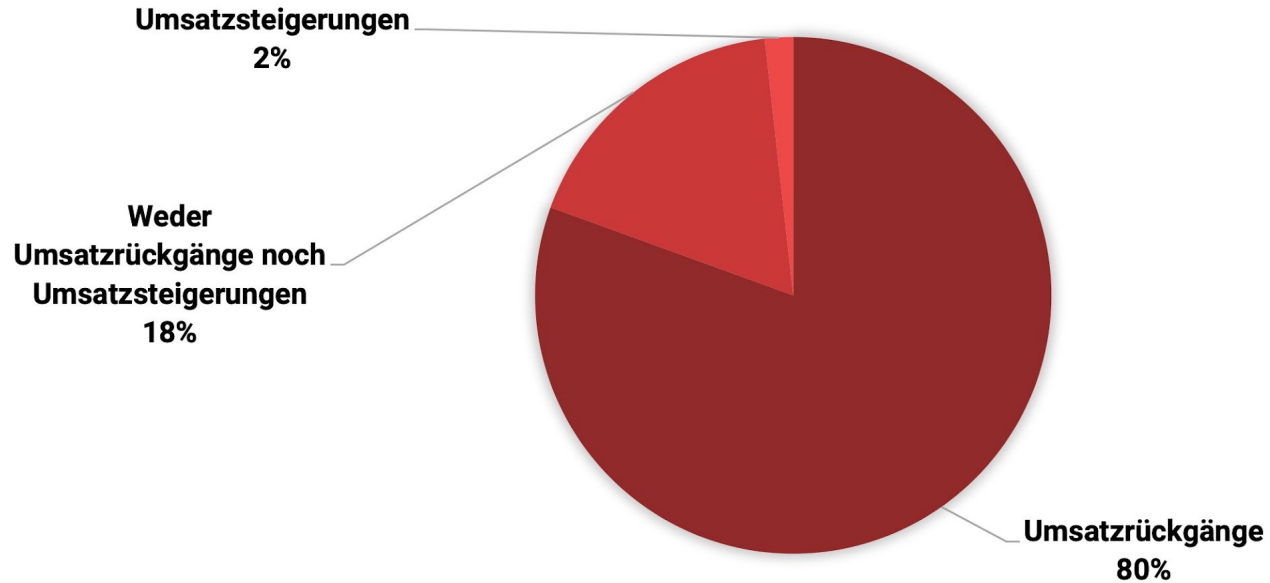
# 80%

der Selbständigen verzeichneten im Jahr 2020 coronabedingte Umsatzrückgänge.

# Umsatzentwicklung 2020

## Umsatzveränderungen im Jahr 2020

(in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie; N= 226)



# 46% der Selbständigen mit Umsatzrückgängen verzeichnen Rückgänge um über 70%.

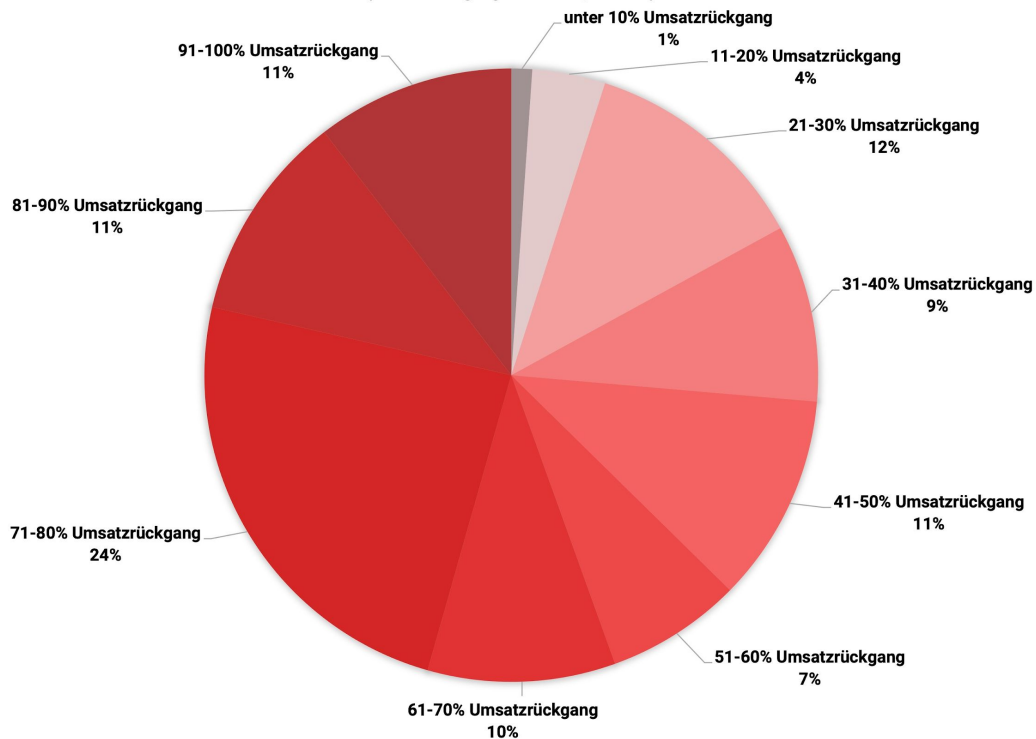
Mit der Bilanz des Coronajahres 2020 wird deutlich, dass die Umsatzrückgänge **deutlich drastischer** ausfallen, als es Selbständige im April 2020 prognostiziert hatten.



# Umsatzrückgänge

## Umsatzrückgang 2020 in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie

(Umsatzrückgang in Prozent; N= 182)



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

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

# 54%

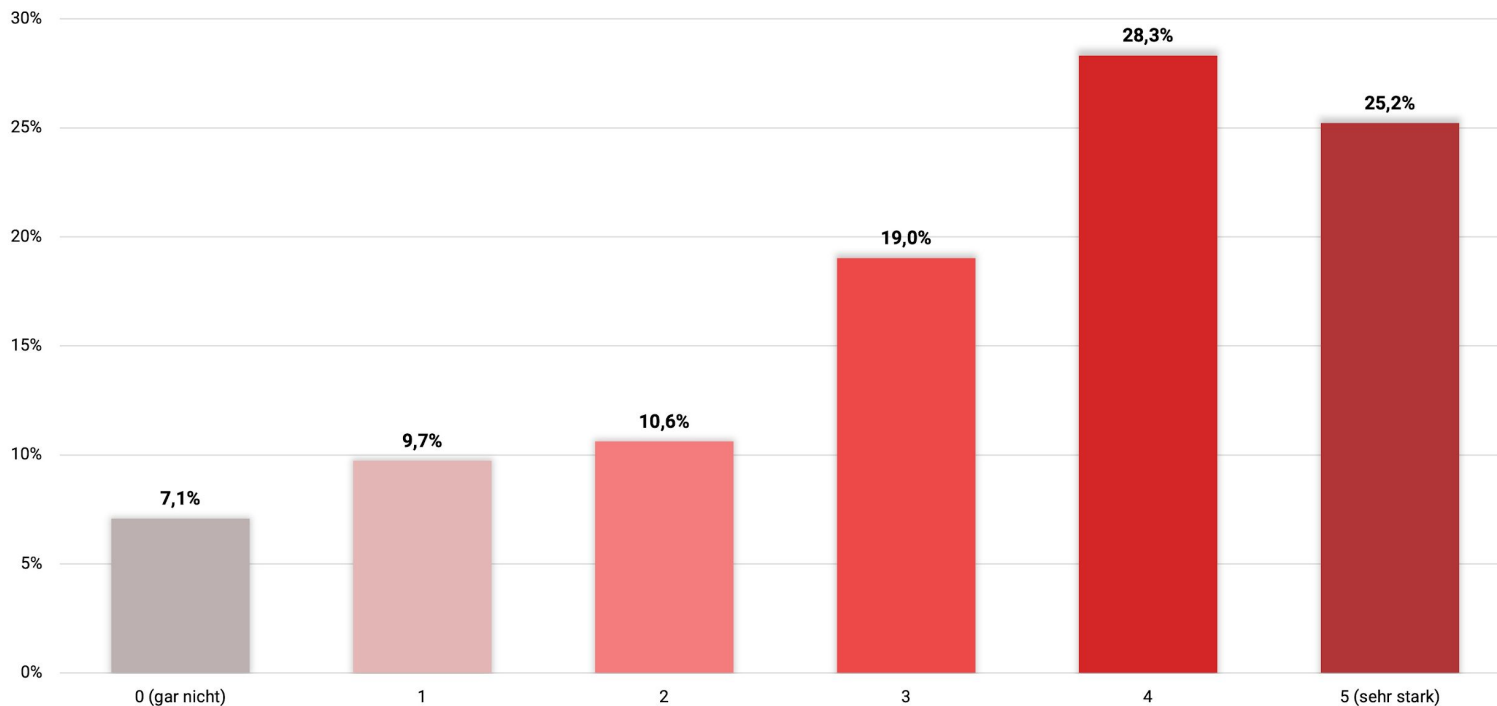
der Selbständigen geben an, sehr stark oder stark in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht zu sein.

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.

# Existenzgefährdung

## Einschätzung der gegenwärtigen Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz

(Skala 0-5 // 0 = gar nicht; 5 = sehr stark // N= 226)



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



# Inanspruchnahme Coronahilfen



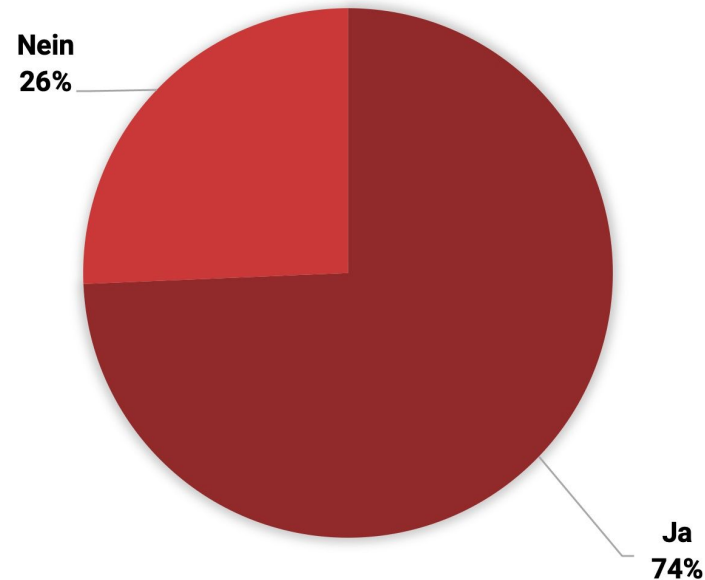
# Drei Viertel

der Selbständigen nahmen Corona-Hilfen in Anspruch.

# Inanspruchnahme Corona-Hilfen

## Inanspruchnahme Corona-Hilfen

(N= 226)

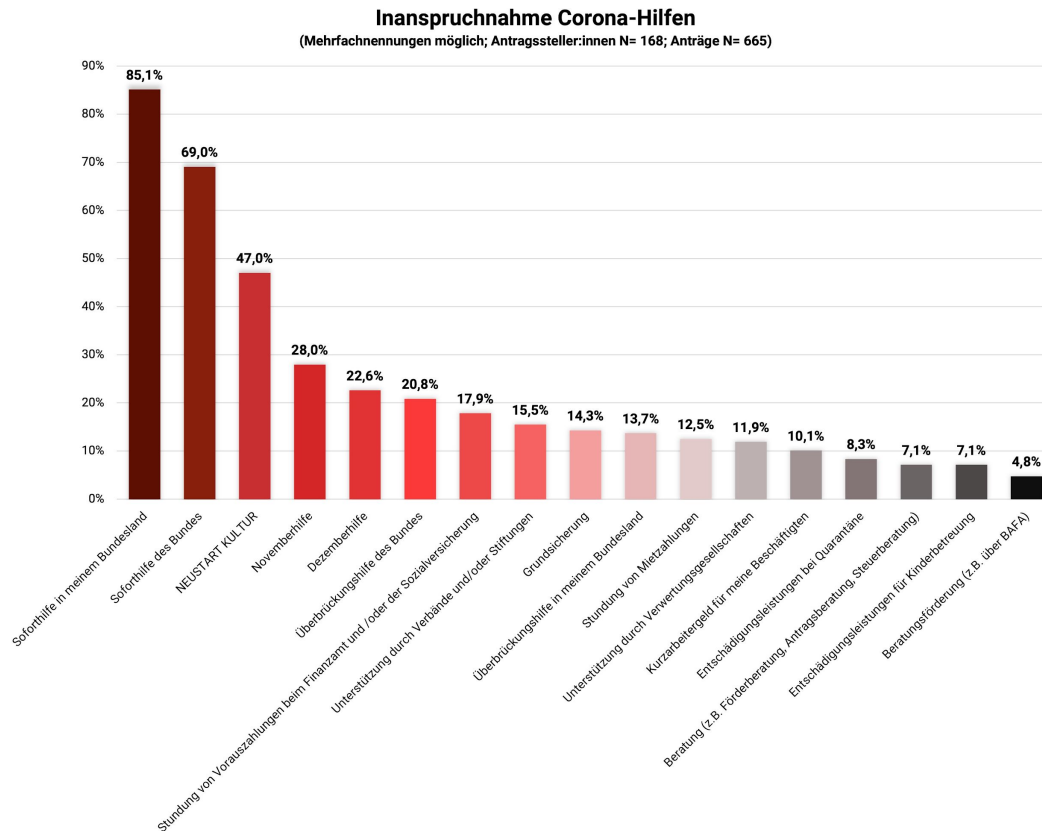


# 14%

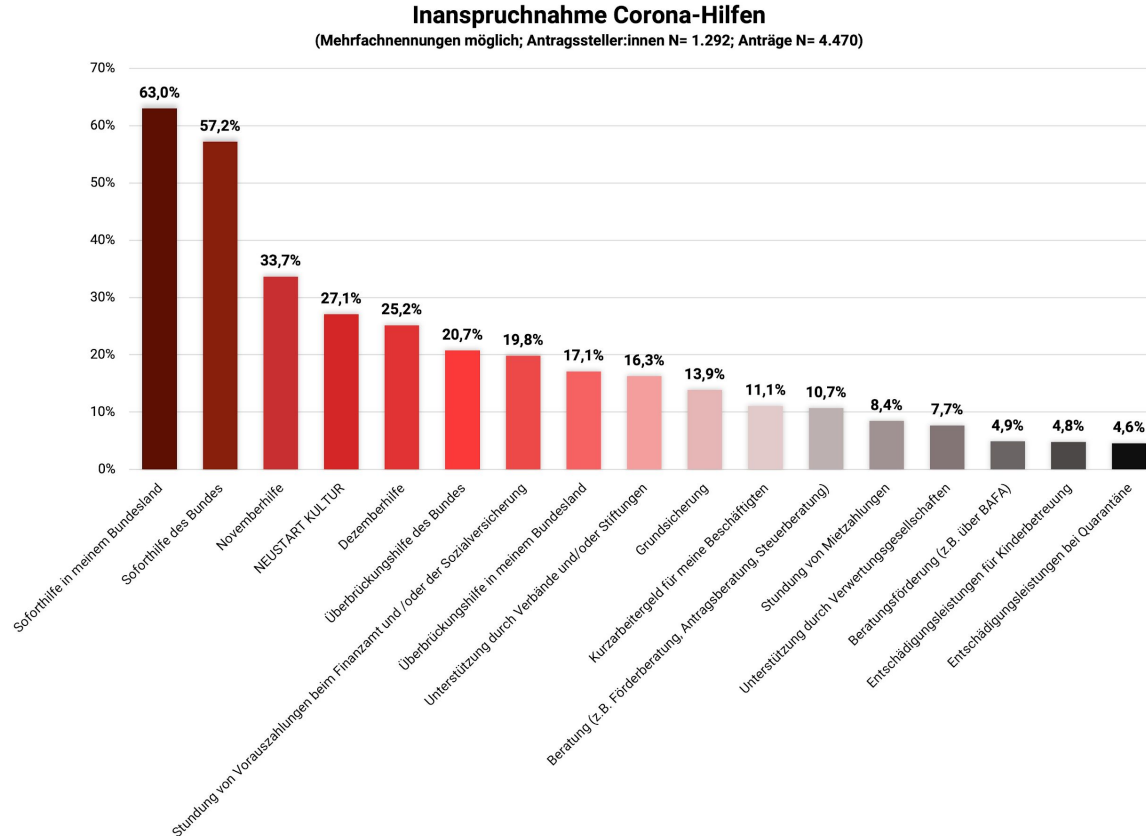
der Selbständigen in Hamburg nahmen den sog. vereinfachten Zugang zur Grundsicherung in Anspruch (Bundesdurchschnitt 14%).



# Inanspruchnahme Corona-Hilfen Hamburg



# Inanspruchnahme Corona-Hilfen Bundesdurchschnitt



# Selbständige aus Hamburg

stimmen der Aussage, dass die **Interessen** von Solo-Selbständigen und Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft gegenüber der Politik in ihrem **Bundesland** gut vertreten waren eher zu als der Aussage, dass diese Interessen gegenüber der Politik auf **Bundesebene** gut vertreten waren.



# Bewältigungs- strategien



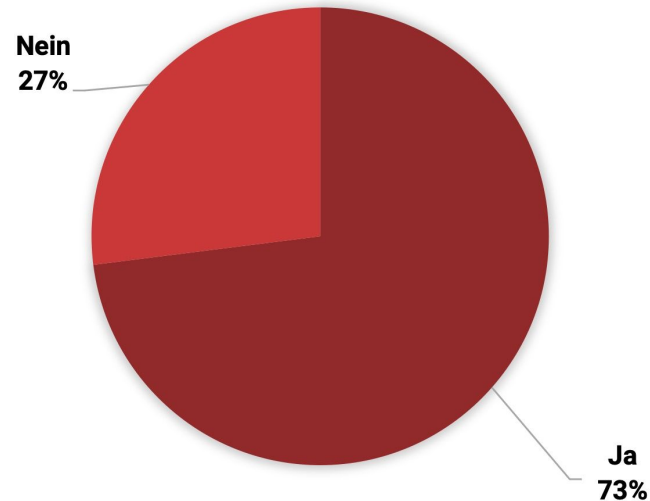
# 73%

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.

# Veränderungen in der selbständigen Tätigkeit

**Veränderungen in der selbständigen Tätigkeit im  
Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie**  
(N= 226)



# 72%

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

# Bewältigungsstrategien 2020

BEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN 2020 (Mehrfachantworten möglich; N= 165)	PROZENT
Ich habe neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickelt	75,2%
Ich habe Rücklagen aufgezehrt	71,5%
Ich habe mich weitergebildet	60,0%
Ich habe mein Geschäftsmodell erweitert bzw. umgestellt (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	57,0%
Ich habe neue Technologien zur Anwendung gebracht	55,2%
Ich habe Arbeitsabläufe optimiert	48,5%
Ich habe Angebote digitalisiert	38,8%
Ich habe neue Netzwerke/Kundengruppen aufgeschlossen	38,2%
Ich habe ein neues Unternehmen gegründet / mitgegründet	12,1%
Ich habe eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufgenommen	10,9%
Ich nutze neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding	7,3%
Ich habe einen Kredit aufgenommen	6,7%
Ich habe Beschäftigte entlassen	6,1%
Ich habe meine Selbständigkeit aufgegeben	3,0%
Ich habe neue Beschäftigte eingestellt	0,0%
Ich habe für mein Unternehmen Insolvenz angemeldet	0,0%

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



# **Corona: Booster für Kooperationen in der Kultur- und Kreativwirtschaft**

Vor allem Selbständige aus dem Markt für Darstellende Künste und der Musikwirtschaft stimmen der Aussage tendenziell zu, dass es durch die Krise mehr Kooperationen innerhalb der Kultur- und Kreativwirtschaft gibt.

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

Vor allem Befragte aus der Designwirtschaft, der Filmwirtschaft, der Musikwirtschaft und dem Werbemarkt geben an, dass die Krise für die Kultur- und Kreativwirtschaft einen (ökonomisch) wichtigen Digitalisierungsschub bedeutet.



# Perspektiven



# **44% der Selbständigen werden auch 2021 Veränderungen in ihrer Selbständigkeit vornehmen.**

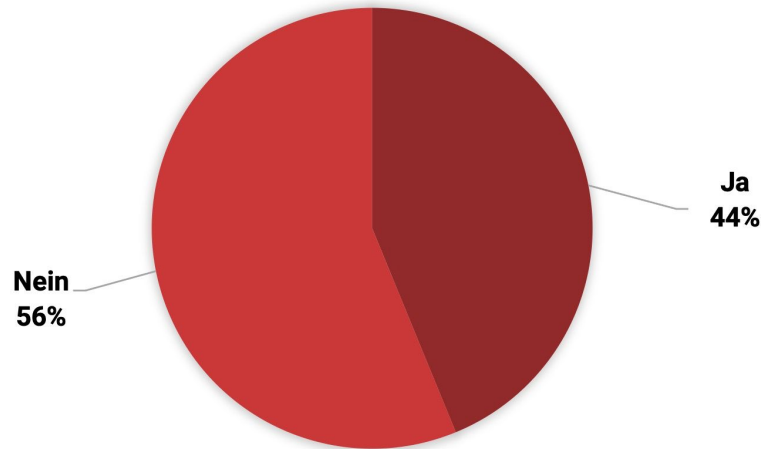
Die Entwicklung neuer Projekte und Ideen steht dabei an erster Stelle, gefolgt von Weiterbildung, der Erweiterung bzw. Umstellung des Geschäftsmodells und der Erschließung neuer Kundengruppen und Netzwerke.

29% kündigen an, eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufzunehmen.

Fast jede/r Siebte geht davon aus, seine Selbständigkeit aufgeben zu müssen.

# Geplante Veränderungen in der selbständigen Tätigkeit

Planung einer künftigen Veränderungen in der selbständigen Tätigkeit aufgrund der Corona-Pandemie  
(N= 226)



# Geplante Bewältigungsstrategien

GEPLANTE BEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN (Mehrfachantworten möglich; N= 99)	PROZENT
Ich werde neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickeln	70,7%
Ich werde mich weiterbilden	69,7%
Ich werde mein Geschäftsmodell erweitern bzw. umstellen (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	62,6%
Ich werde neue Netzwerke/Kundengruppen aufschließen	52,5%
Ich werde neue Technologien zur Anwendung bringen	48,5%
Ich werde Arbeitsabläufe optimieren	46,5%
Ich werde Rücklagen aufzehren	44,4%
Ich werde Angebote digitalisieren	41,4%
Ich werde eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufnehmen	29,3%
Ich werde neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding nutzen	25,3%
Ich werde ein neues Unternehmen gründen / mitgründen	15,2%
Ich werde meine Selbständigkeit aufgeben	15,2%
Ich werde einen Kredit aufnehmen	8,1%
Ich werde Beschäftigte entlassen	7,1%
Ich werde neue Beschäftigte einstellen	6,1%
Ich werde für mein Unternehmen Insolvenz anmelden	2,0%

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

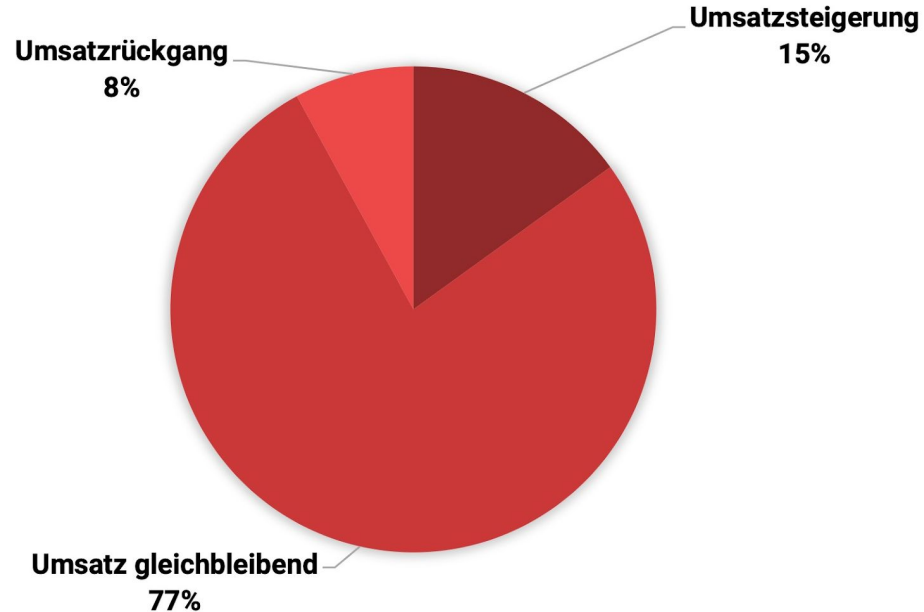
# **77% der Selbständigen rechnen 2021 nicht mit einer wirtschaftlichen Erholung.**

8% rechnen sogar mit weiteren Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorjahr. Knapp jede/r Siebte 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 wirtschaftlichen Entwicklung 2020-2021

## Erwartete Umsatzveränderungen von 2020 auf 2021 (Prognose; N= 226 )





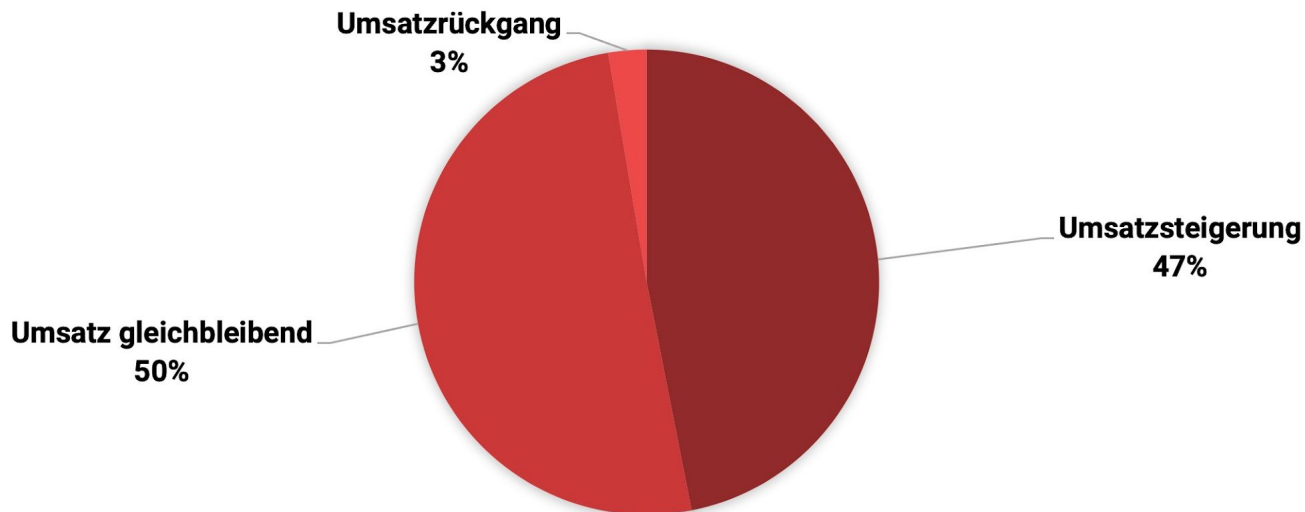
# **Die Hälfte der Selbständigen rechnet auch 2022 noch mit stagnierenden Umsätzen.**

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

# Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung 2021-2022

## Erwartete Umsatzveränderungen von 2021 auf 2022

(Prognose; N= 226)



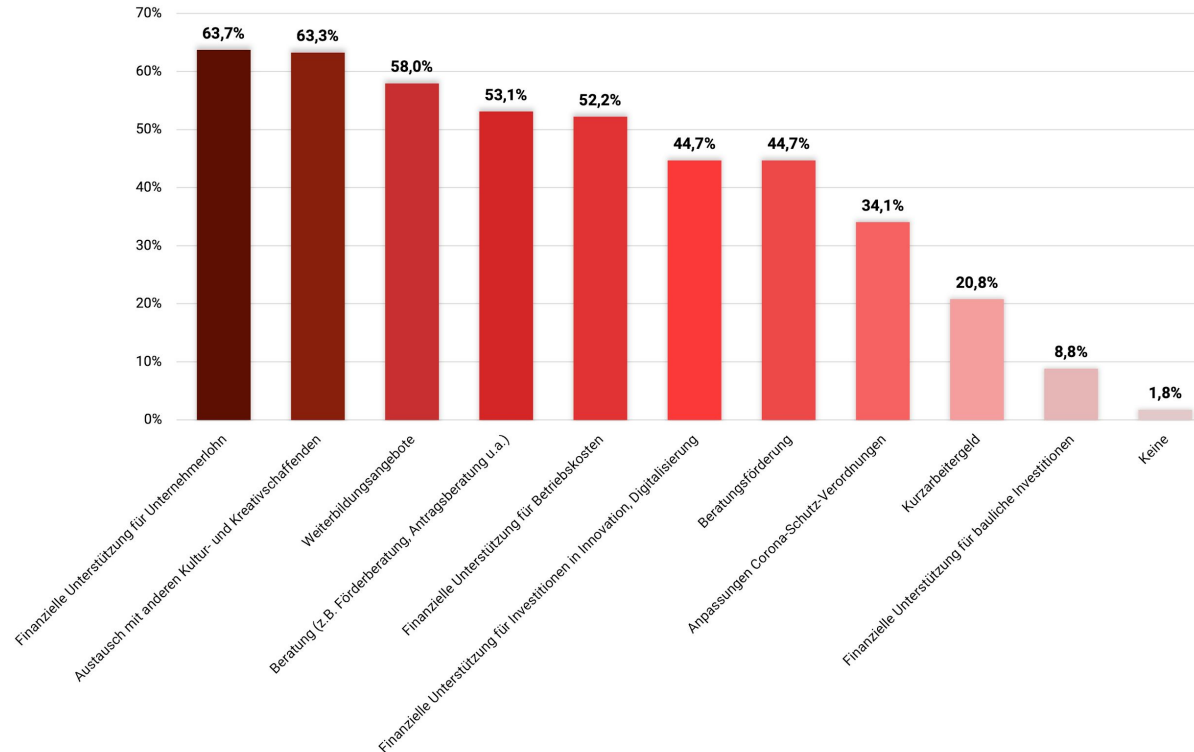
# Was Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft jetzt hilft

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, Beratungsförderung, Betriebskostenzuschüsse und finanzielle Unterstützung für Investitionen in Innovation und Digitalisierung werden als sinnvolle Maßnahmen befürwortet.

# Angaben zu Unterstützungshilfen

## Weitere Unterstützungsmaßnahmen zur Existenzsicherung

(Mehrfachnennungen möglich, außer bei "Keine"; N= 226)





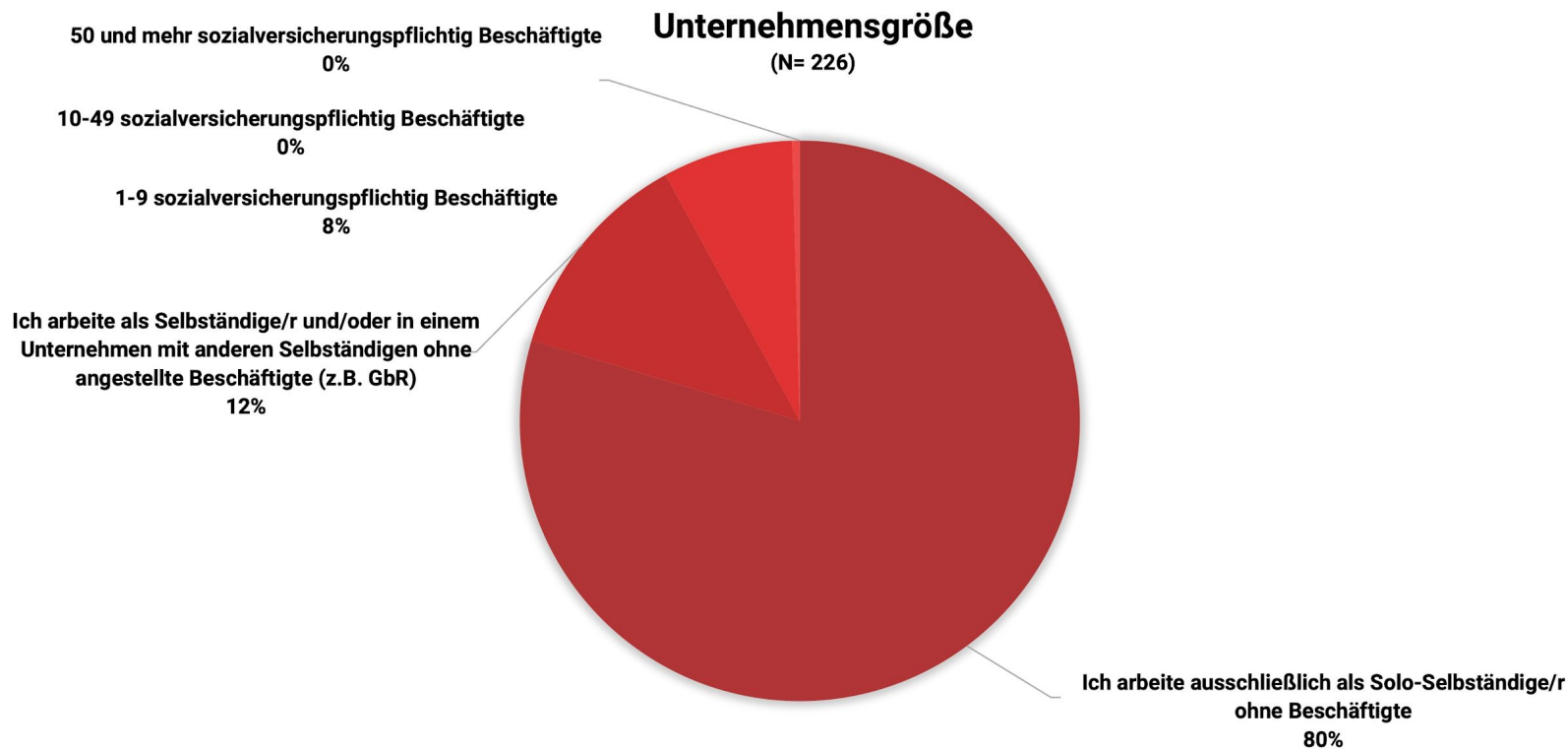
# Angaben zur Selbständigkeit



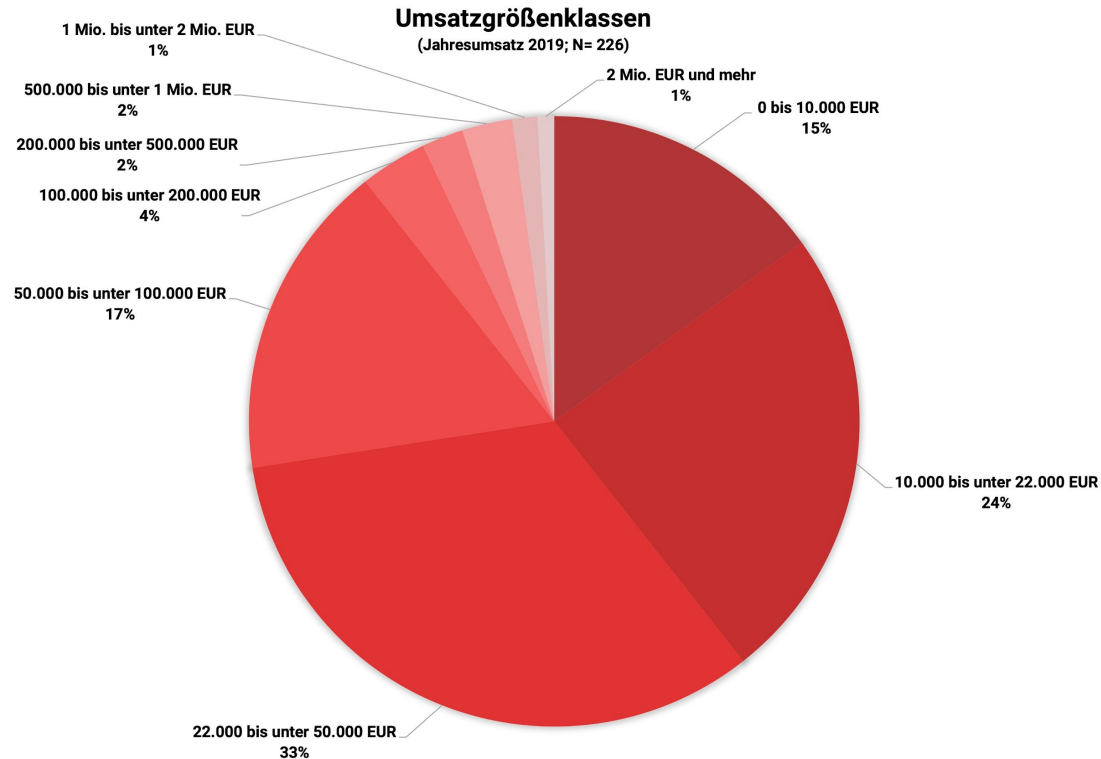
# Solo-Selbständige im Fokus

An der Umfrage nahmen ganz überwiegend Selbständige ohne Beschäftigte teil, darunter 80% Solo-Selbständige und 12% Selbständige, die (auch) mit anderen Selbständigen im Verbund arbeiten.

# Selbständige: Unternehmensgröße

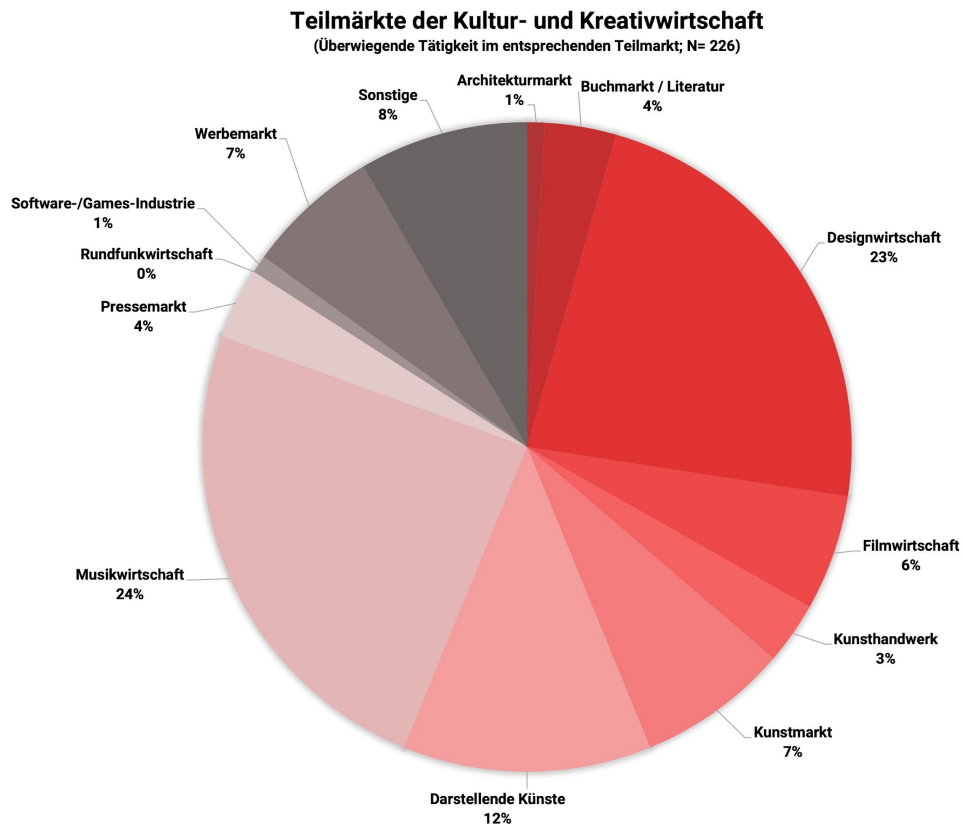


# Selbständige: Umsatzgrößenklassen





# Selbständige nach Teilmärkten

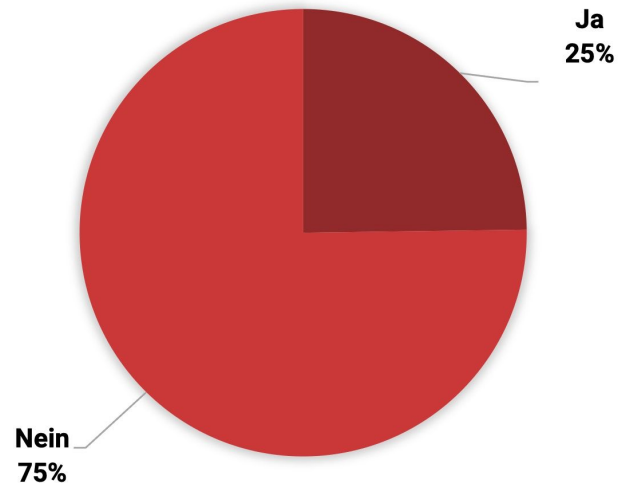


# **25% der Selbständigen hatten 2020 auch Einkommen aus abhängiger Beschäftigung**

Frauen (31%) haben häufiger als Männer (14%) neben der Selbständigkeit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung.

# Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

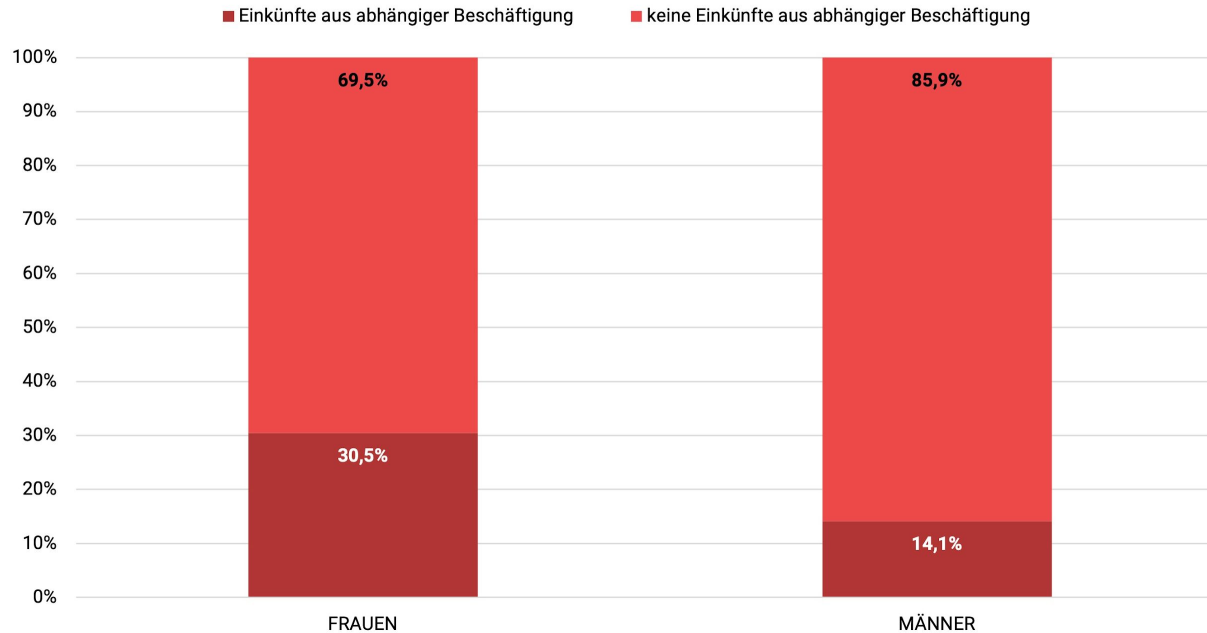
Einkünfte aus abhängiger Beschäftigung neben der  
Selbständigkeit  
(N= 226)



# Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

## Einkommen aus abhängiger Beschäftigung neben der Selbständigkeit

(Anteile nach Geschlecht; Frauen N= 128; Männer N= 85)

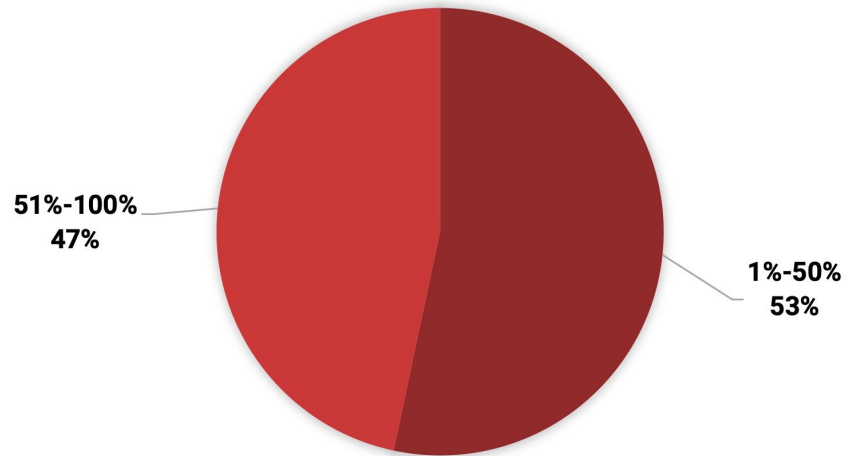


# **Für 53% der Selbständigen mit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung ist dieses nicht die Haupteinkommensquelle.**

Für 47% der Selbständigen, die auch eine abhängige Beschäftigung haben, ist diese die Haupteinkommensquelle (51% und mehr des Einkommens).

# Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

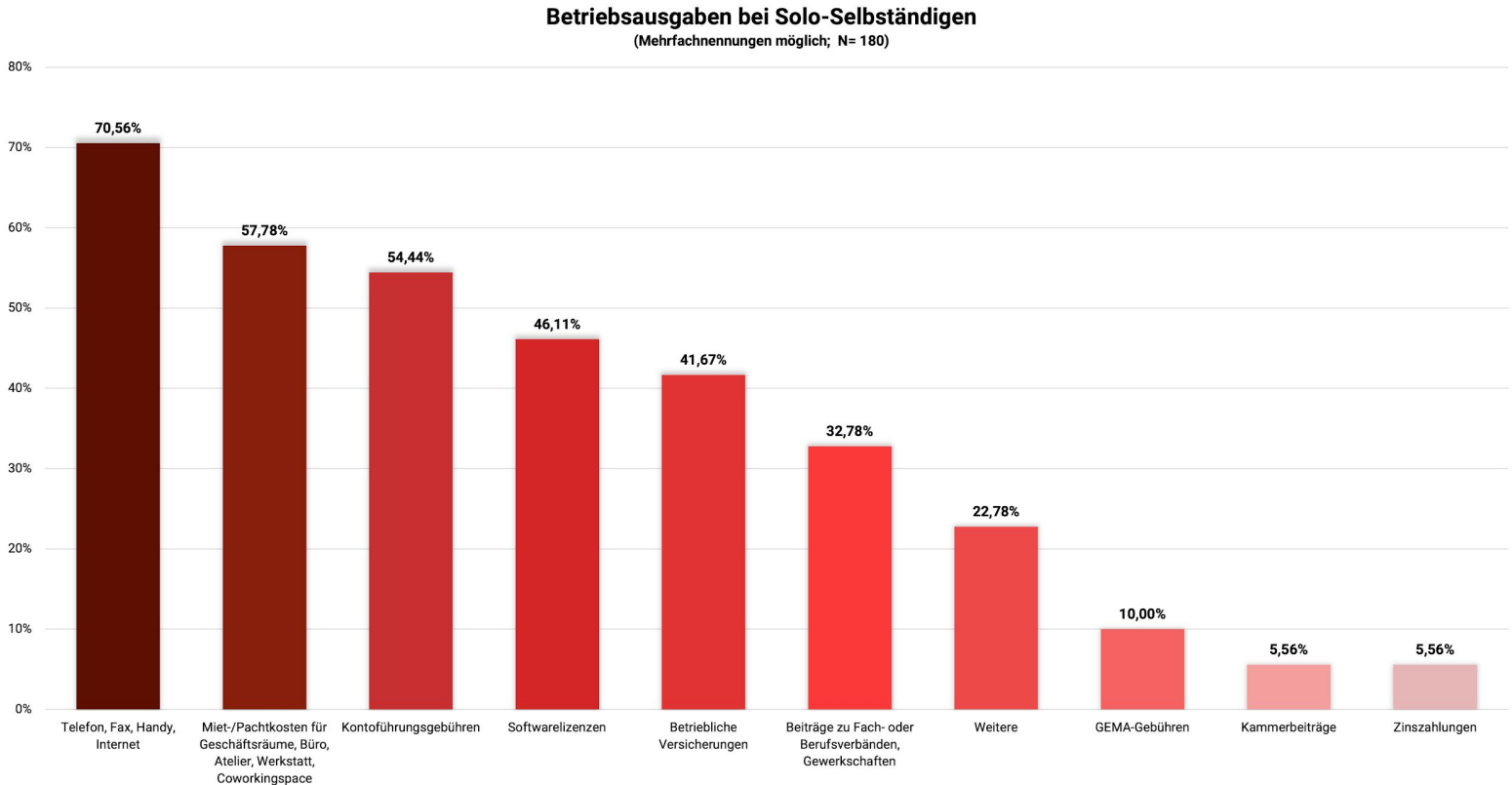
**Anteil der Einkünfte aus abhängiger Beschäftigung  
am Gesamteinkommen**  
(N= 45)



# **Nur 58% der Solo-Selbständigen**

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

# Betriebsausgaben bei Solo-Selbständigen



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



# Über die Hälfte der Selbständigen hat Auslandsumsätze

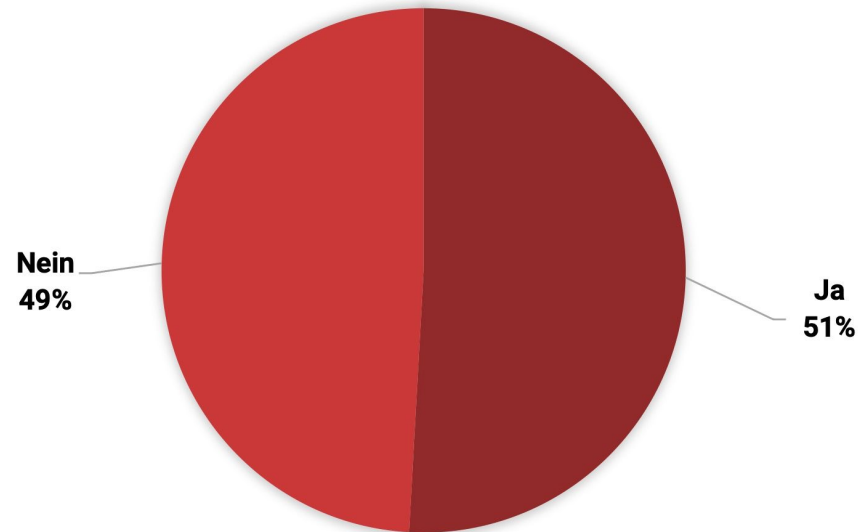
51% der Selbständigen geben an, dass sie Umsätze auch im Ausland erwirtschaften.

Bei 58% dieser Gruppe beträgt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz 1-10%.

Bei 24% der Selbständigen mit Auslandsumsätzen machen diese zwischen 18% und 30% des Gesamtumsatzes aus.

# Selbständigkeit und Auslandsumsätze

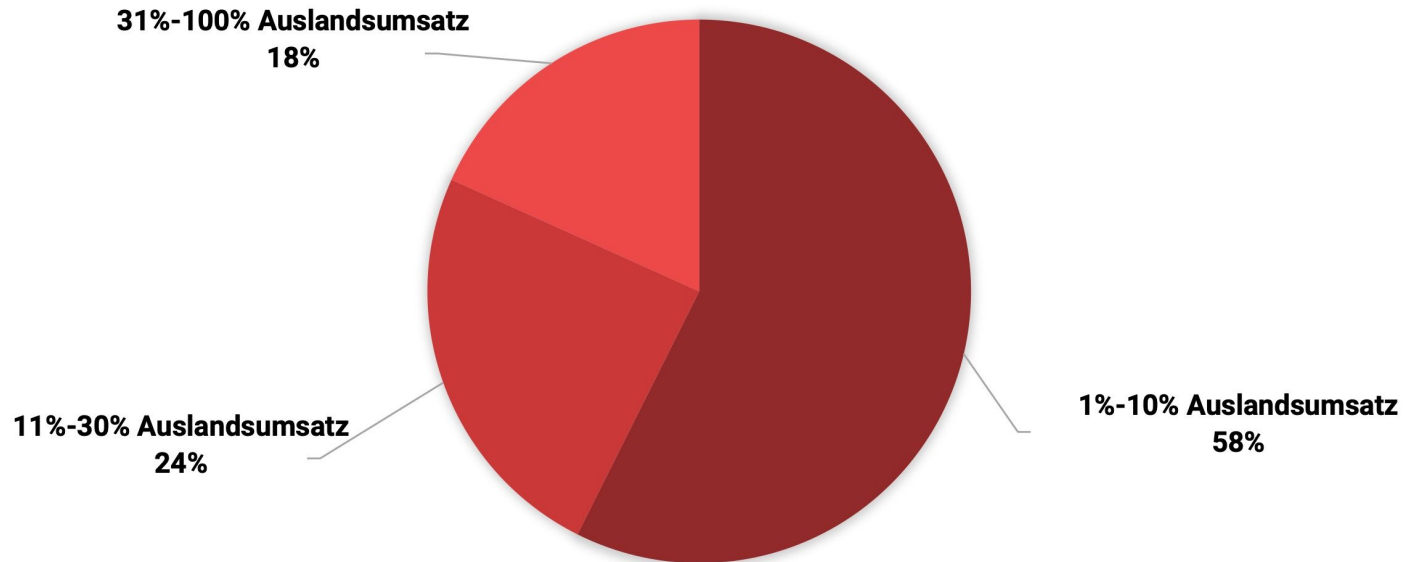
**Anteil der Befragten mit Auslandsumsätzen**  
(N= 226)



# Selbständigkeit und Auslandsumsätze

## Anteil Auslandsumsatz am Gesamtumsatz

(N= 115)



# **Die Mehrheit der Selbständigen ist am Markt etabliert**

22% üben ihre Selbständigkeit sogar schon mehr als 20 Jahre  
aus.

# Selbständigkeit: Bestehen am Markt



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

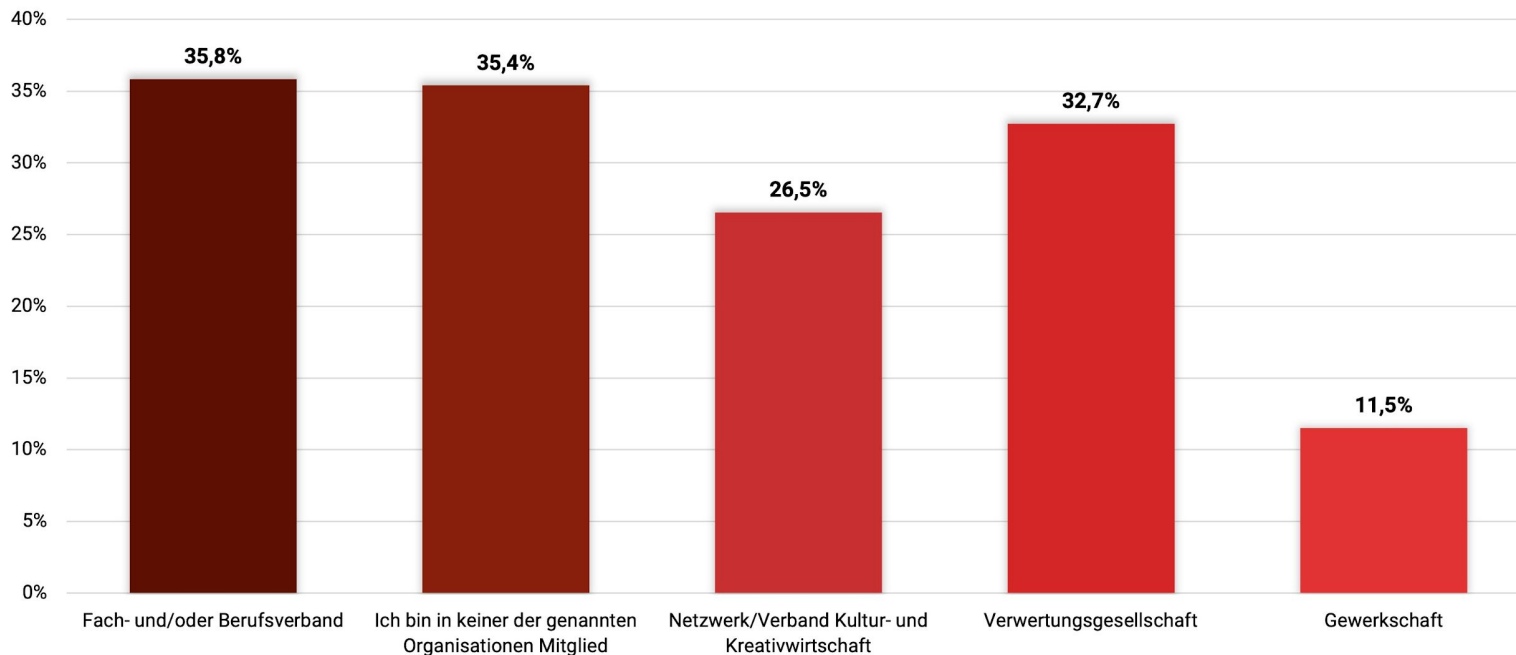
# 35%

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

# Selbständige: Mitgliedschaften

## Mitgliedschaft in Verbänden

(Mehrfachnennungen möglich, außer bei "Ich bin in keiner..."; N= 226)



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

# 56,5%

der Selbständigen, die sich an der Umfrage beteiligten, sind Frauen. 37,5% der Befragten sind Männer, 3% 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.