PCI
PROMOTING
CREATIVE INDUSTRIES

Kreative

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 die Kreativregion Rhein-Neckar

Die wichtigsten Erkenntnisse in Kürze

82%

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

*Aus der Kreativregion Rhein-Neckar nahmen 101 Personen an der Umfrage teil.

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.

55%

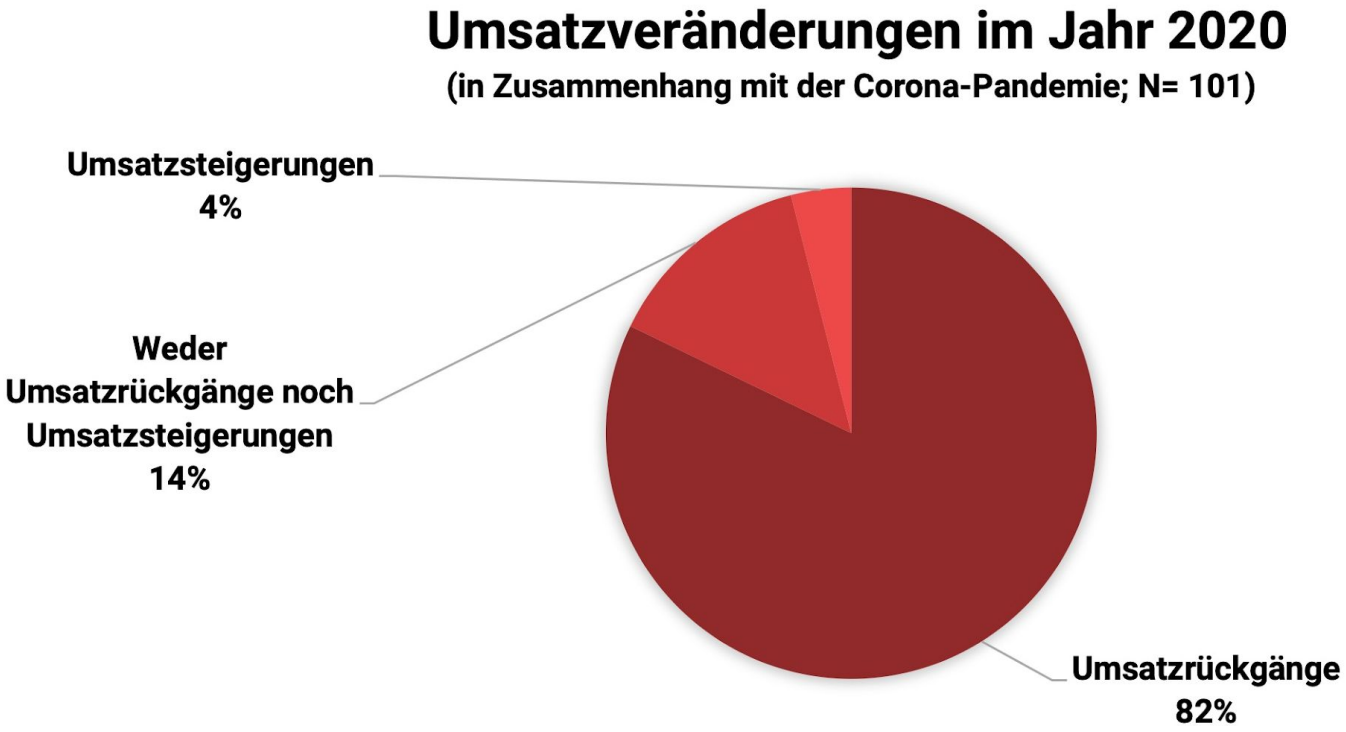
der Selbständigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft sehen ihre wirtschaftliche Existenz stark oder sehr stark gefährdet.

Wirtschaftliche Bilanz

82%

der Selbständigen verzeichneten im Jahr 2020 coronabedingte Umsatzrückgänge.

Umsatzentwicklung 2020

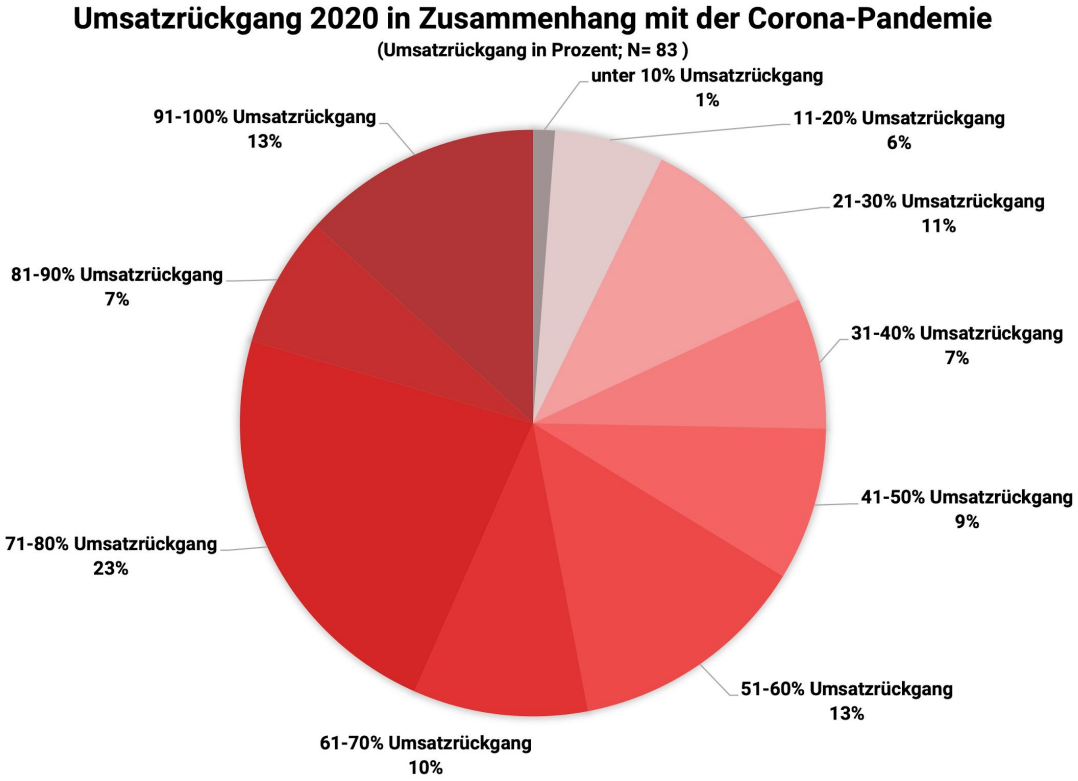


Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

43% 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



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

Von Umsatzrückgängen sind besonders stark die Musikwirtschaft, die Darstellenden Künste und der Kunstmarkt betroffen.

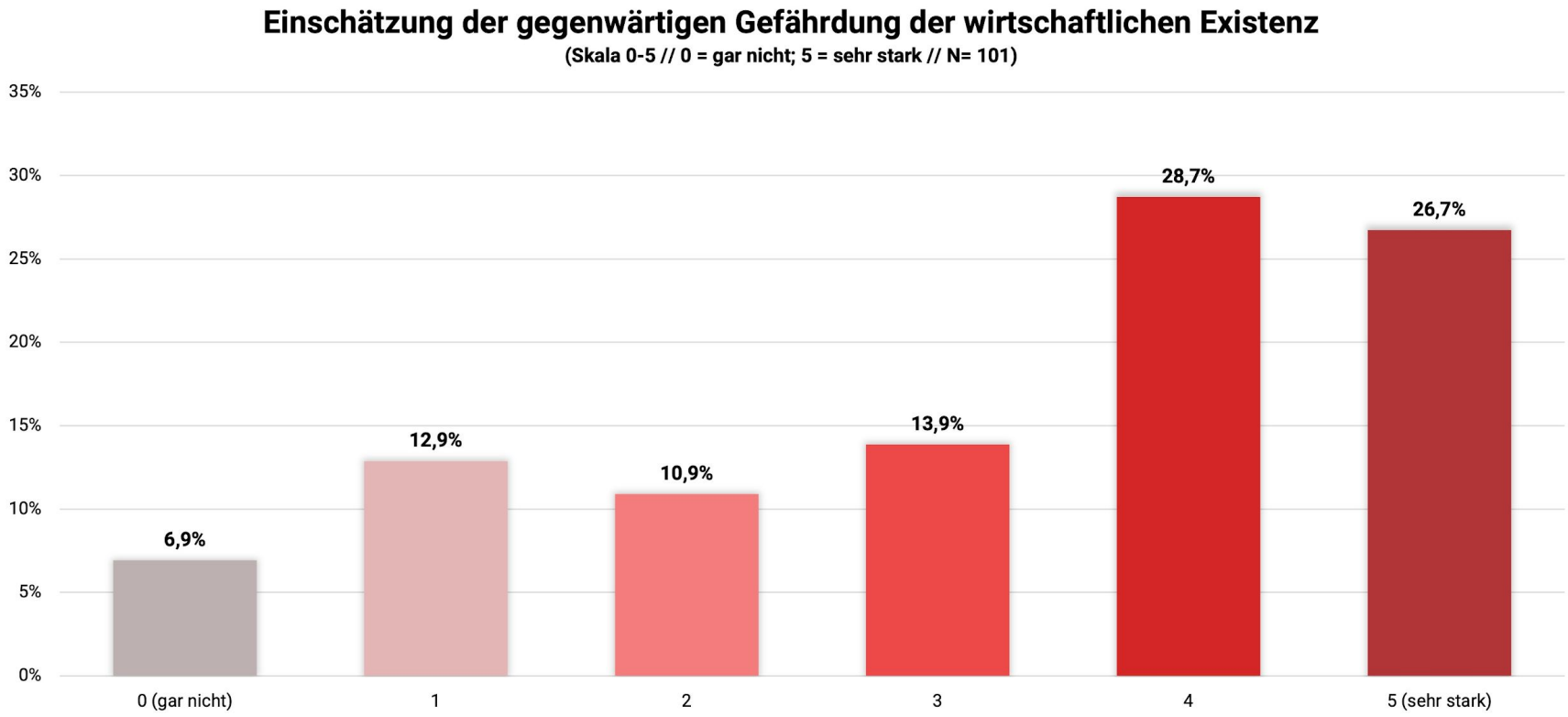
Aber auch Selbständige in anderen Teilmärkten der Kultur- und Kreativwirtschaft haben erhebliche Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

55%

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



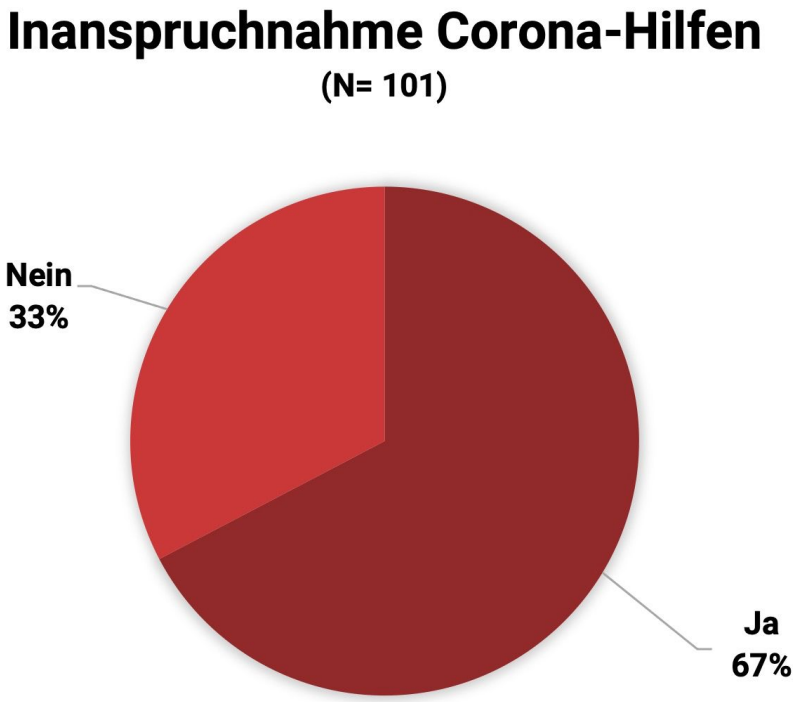
Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Inanspruchnahme Coronahilfen

Zwei Drittel

der Selbständigen nahmen Corona-Hilfen in Anspruch.

Inanspruchnahme Corona-Hilfen

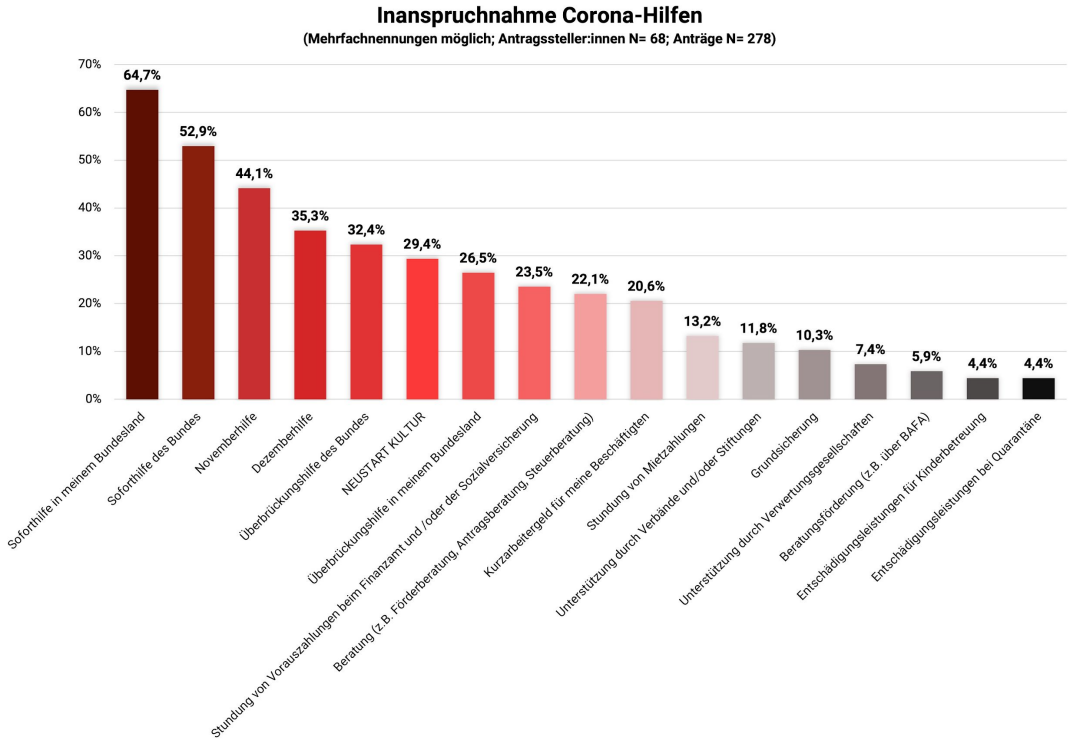


Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Nur 10%

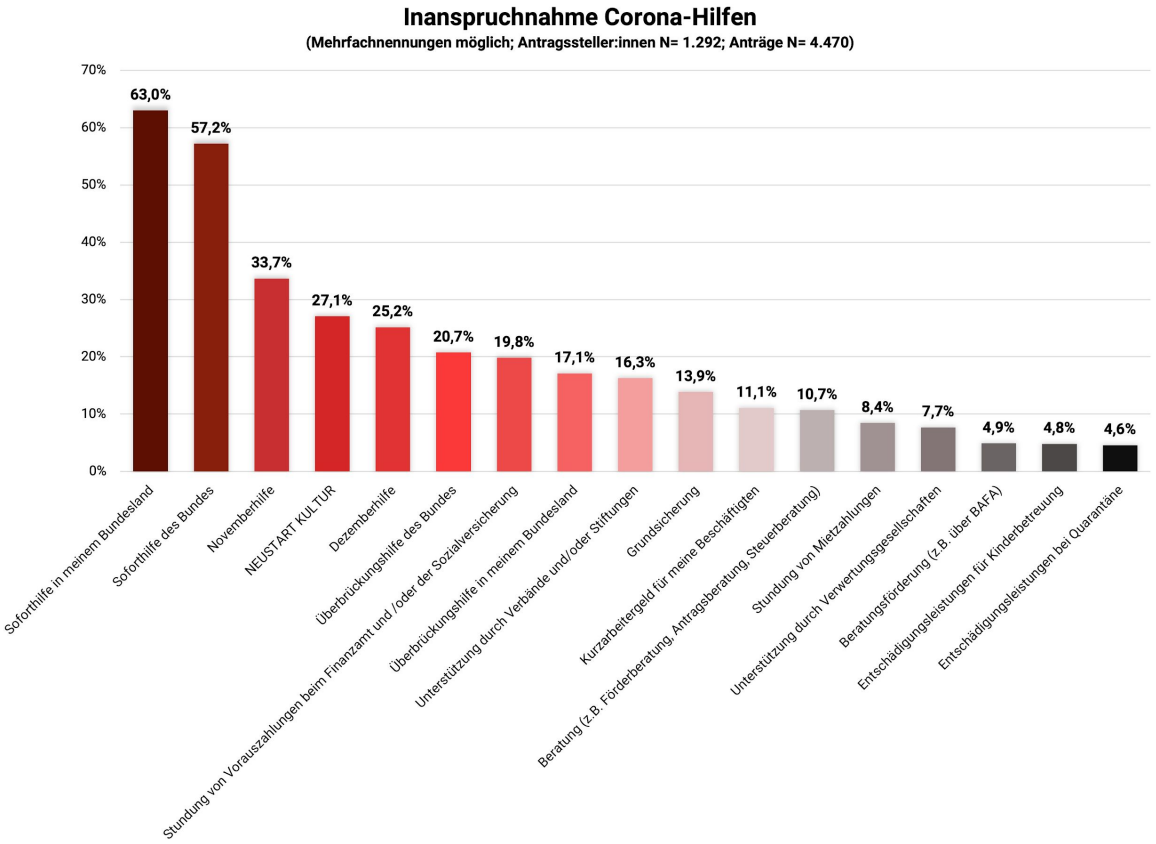
der Selbständigen aus der Kreativregion Rhein-Neckar nahmen den sog. vereinfachten Zugang zur Grundsicherung in Anspruch (Bundesdurchschnitt 14%).

Inanspruchnahme Corona-Hilfen Kreativregion Rhein-Neckar



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

Inanspruchnahme Corona-Hilfen Bundesdurchschnitt



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

Selbständige der Kreativregion Rhein-Neckar

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.

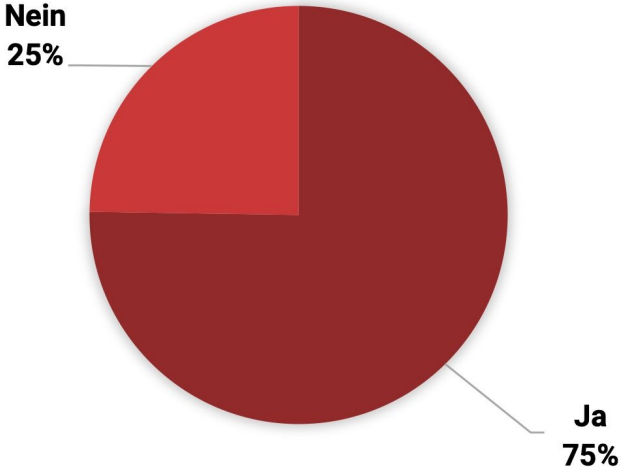
Bewältigungs-strategien

75%

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



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

74%

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

Bewältigungsstrategien 2020

BEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN 2020 (Mehrfachantworten möglich; N= 76)	PROZENT
Ich habe neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickelt	75,0%
Ich habe Rücklagen aufgezehrt	73,7%
Ich habe mein Geschäftsmodell erweitert bzw. umgestellt (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	71,1%
Ich habe mich weitergebildet	67,1%
Ich habe neue Technologien zur Anwendung gebracht	65,8%
Ich habe Angebote digitalisiert	57,9%
Ich habe Arbeitsabläufe optimiert	52,6%
Ich habe neue Netzwerke/Kundengruppen aufgeschlossen	36,8%
Ich habe einen Kredit aufgenommen	15,8%
Ich habe eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufgenommen	13,2%
Ich nutze neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding	11,8%
Ich habe Beschäftigte entlassen	9,2%
Ich habe ein neues Unternehmen gegründet / mitgegründet	6,6%
Ich habe neue Beschäftigte eingestellt	6,6%
Ich habe meine Selbständigkeit aufgegeben	3,9%
Ich habe für mein Unternehmen Insolvenz angemeldet	1,3%

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

54% 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.

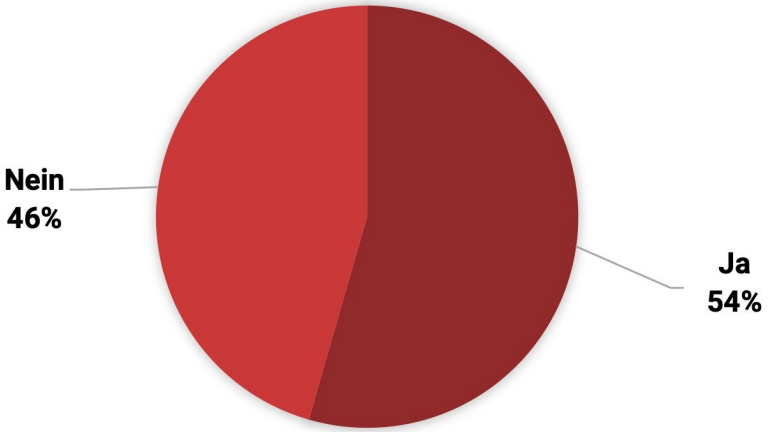
20% kündigen an, eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufzunehmen.

Knapp jede/r Achte 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= 101)



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

Geplante Bewältigungsstrategien

GEPLANTE BEWÄLTIGUNGSSTRATEGIEN (Mehrfachantworten möglich; N= 55)	PROZENT
Ich werde mein Geschäftsmodell erweitern bzw. umstellen (z.B. neue Produkte oder Dienstleistungen, neue Vertriebswege)	78,2%
Ich werde neue künstlerische und kreative Projekte/Ideen entwickeln	76,4%
Ich werde mich weiterbilden	72,7%
Ich werde neue Netzwerke/Kundengruppen aufschließen	69,1%
Ich werde neue Technologien zur Anwendung bringen	65,5%
Ich werde Angebote digitalisieren	61,8%
Ich werde Arbeitsabläufe optimieren	58,2%
Ich werde Rücklagen aufzehren	47,3%
Ich werde neue Finanzierungsformen wie z.B. Crowdfunding nutzen	29,1%
Ich werde ein neues Unternehmen gründen / mitgründen	21,8%
Ich werde eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung aufnehmen	20,0%
Ich werde neue Beschäftigte einstellen	20,0%
Ich werde meine Selbständigkeit aufgeben	12,7%
Ich werde einen Kredit aufnehmen	10,9%
Ich werde Beschäftigte entlassen	9,1%
Ich werde für mein Unternehmen Insolvenz anmelden	7,3%

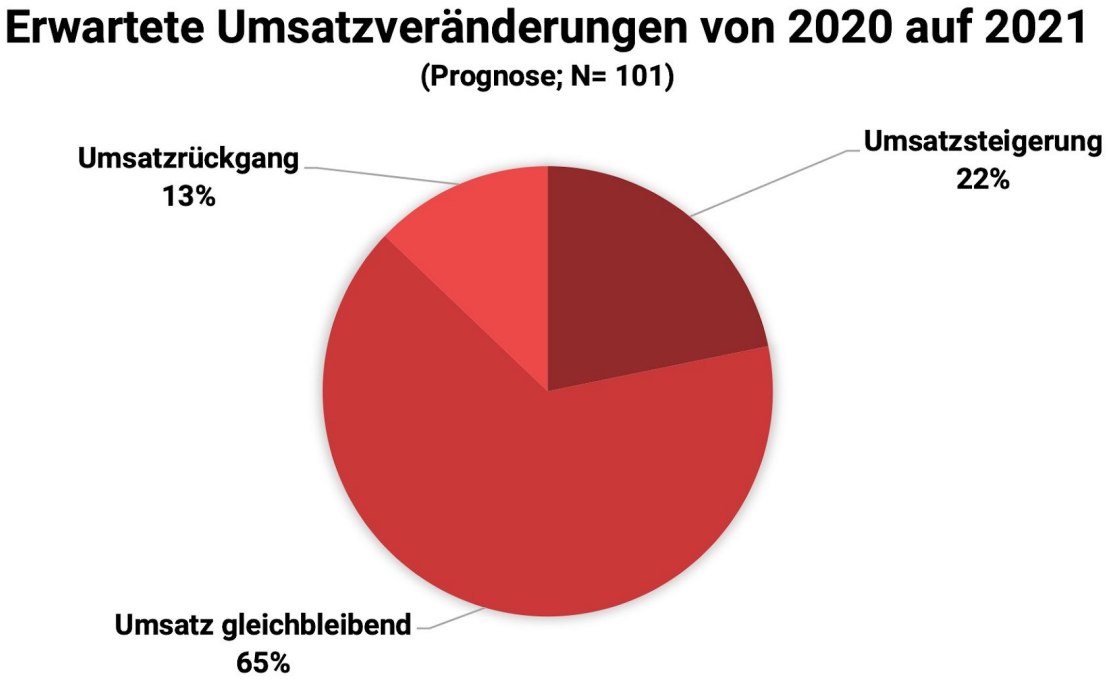
Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

65% der Selbständigen rechnen 2021 nicht mit einer wirtschaftlichen Erholung.

13% rechnen sogar mit weiteren Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorjahr. Gut 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 wirtschaftlichen Entwicklung 2020-2021

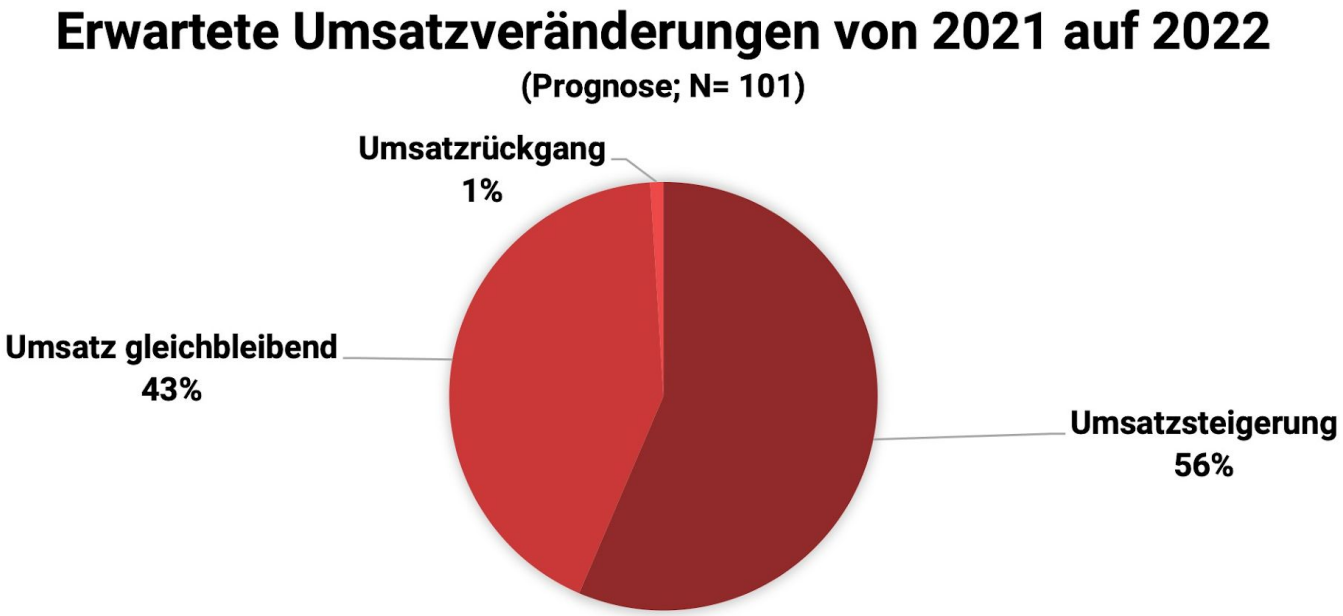


Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

43% der Selbständigen rechnen auch 2022 noch mit stagnierenden Umsätzen.

56% der Selbständigen gehen davon aus, dass sie im nächsten Jahr ihre Umsätze gegenüber dem laufenden Jahr steigern können.

Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung 2021-2022



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

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

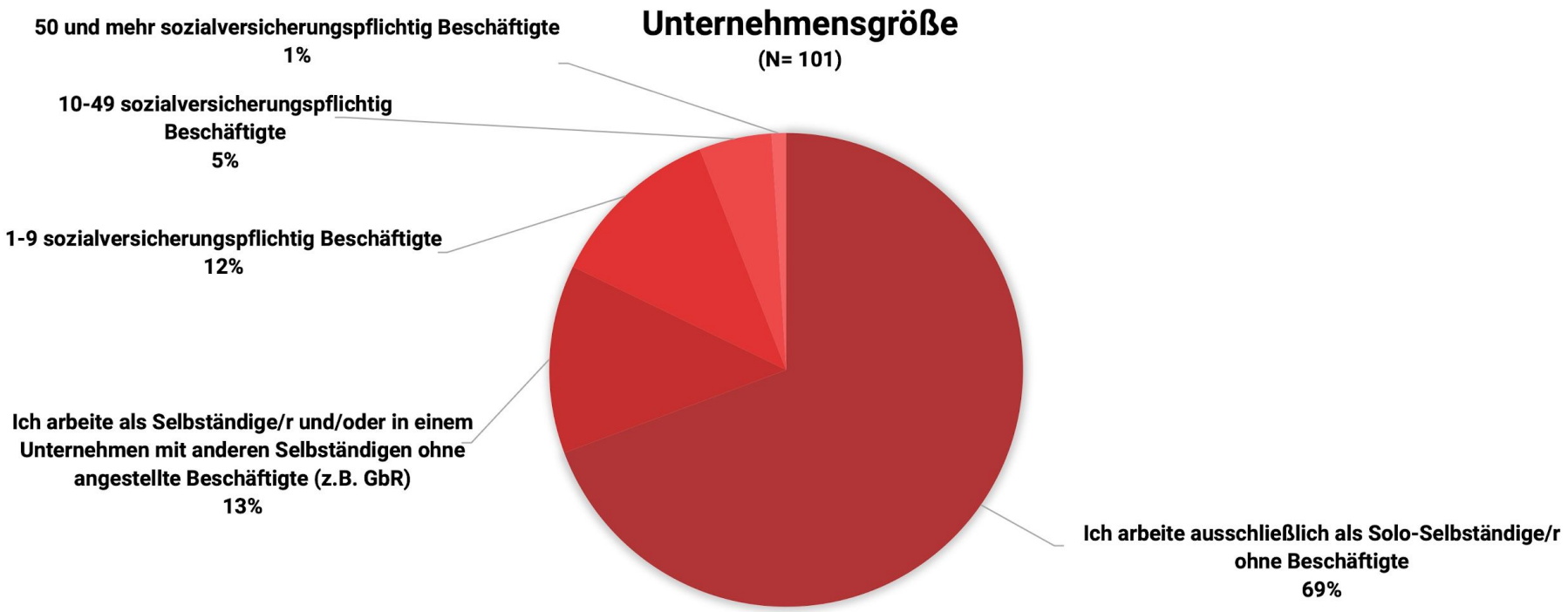
Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Angaben zur Selbständigkeit

Solo-Selbständige im Fokus

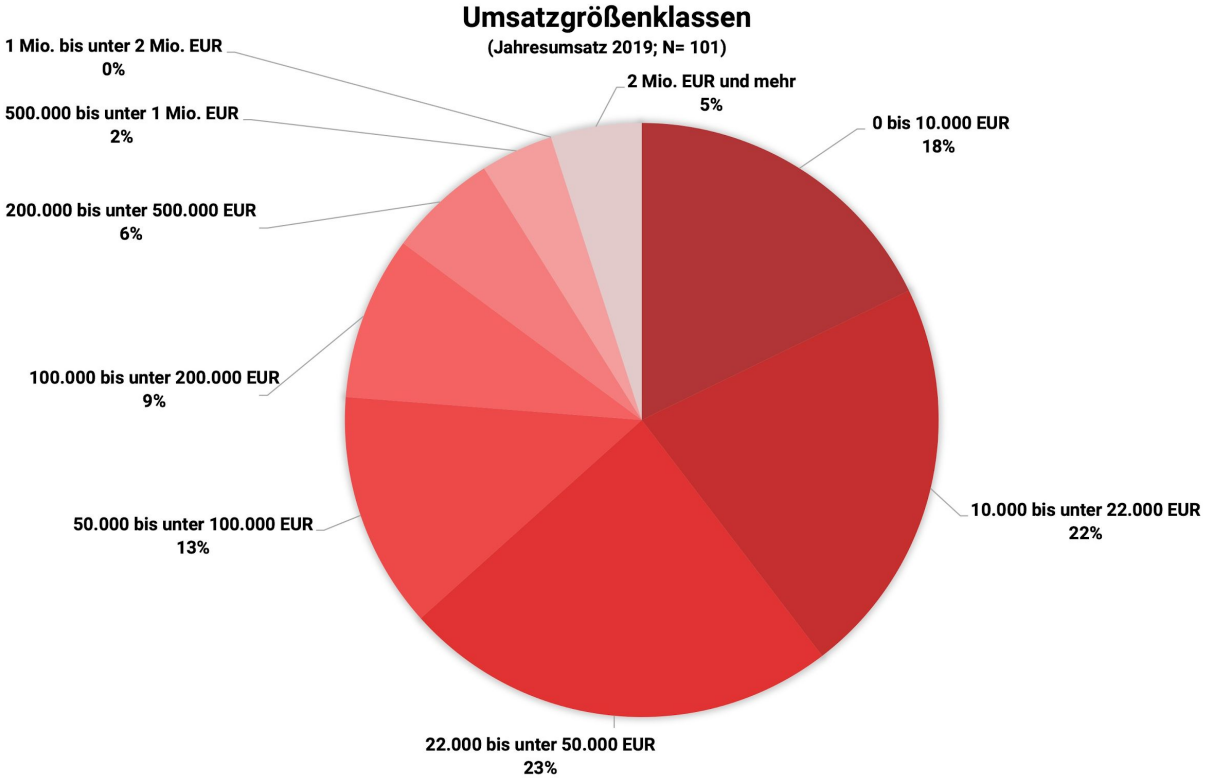
An der Umfrage nahmen ganz überwiegend Selbständige ohne Beschäftigte teil, darunter 69% Solo-Selbständige und 13% Selbständige, die (auch) mit anderen Selbständigen im Verbund arbeiten.

Selbständige: Unternehmensgröße



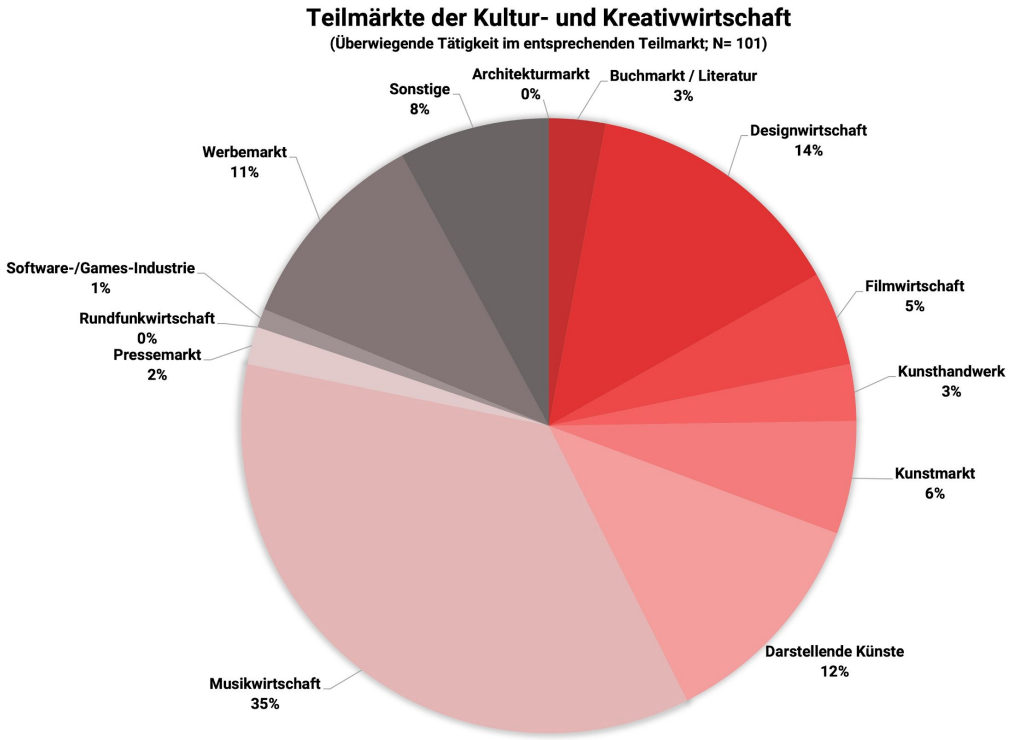
Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

Selbständige: Umsatzgrößenklassen



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

Selbständige nach Teilmärkten



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

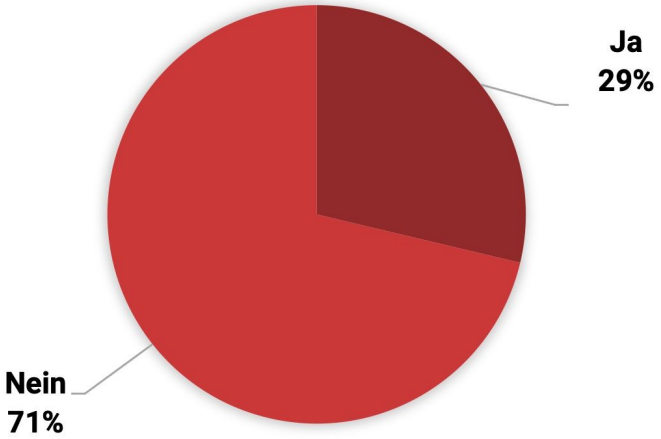
29% der Selbständigen hatten 2020 auch Einkommen aus abhängiger Beschäftigung

Frauen (35%) haben häufiger als Männer (26%) neben der Selbständigkeit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung.

Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung

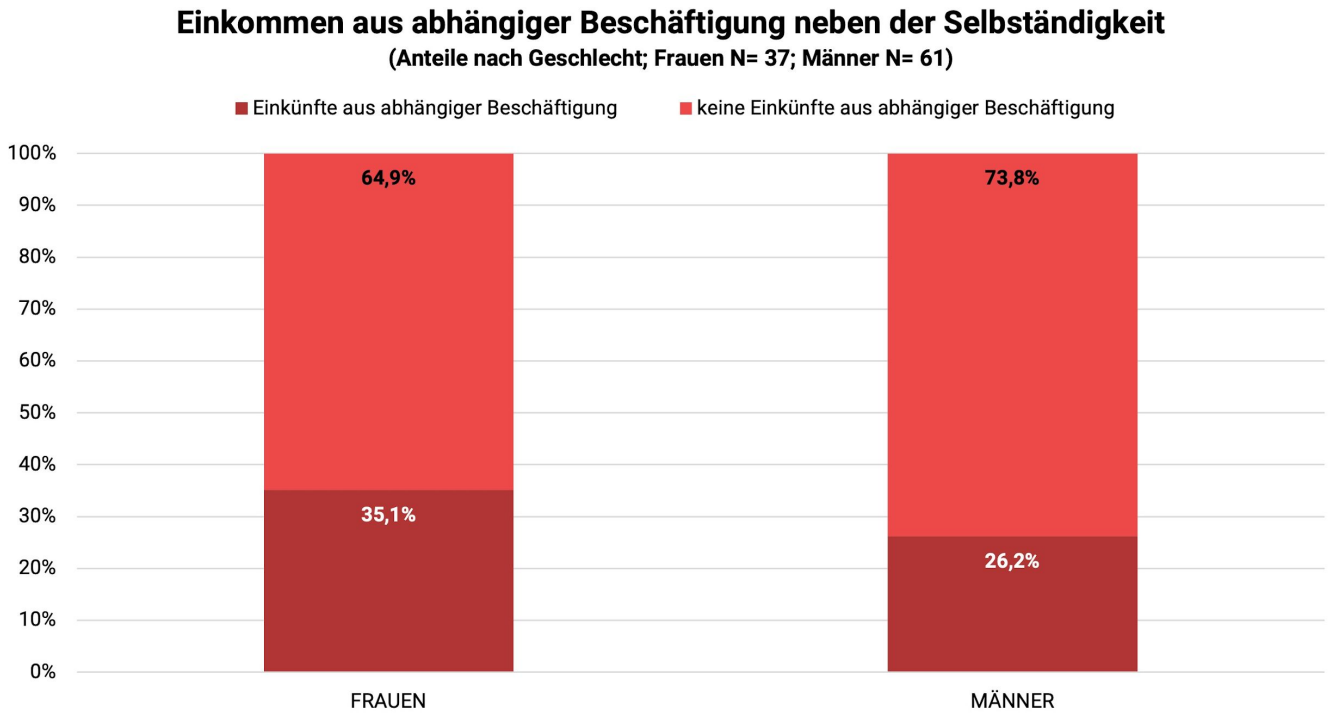
Einkünfte aus abhängiger Beschäftigung neben der Selbständigkeit

(N= 101)



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

Selbständigkeit und abhängige Beschäftigung



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

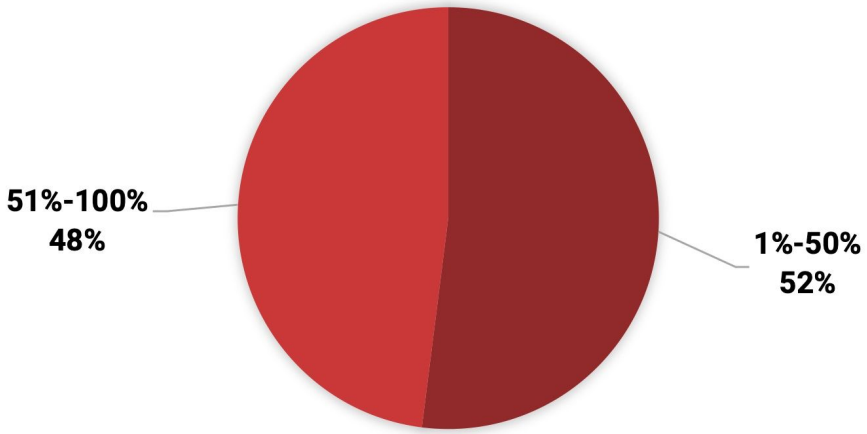
Für 52% der Selbständigen mit Einkommen aus abhängiger Beschäftigung ist dieses nicht die Haupteinkommensquelle.

Für 48% 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= 25)



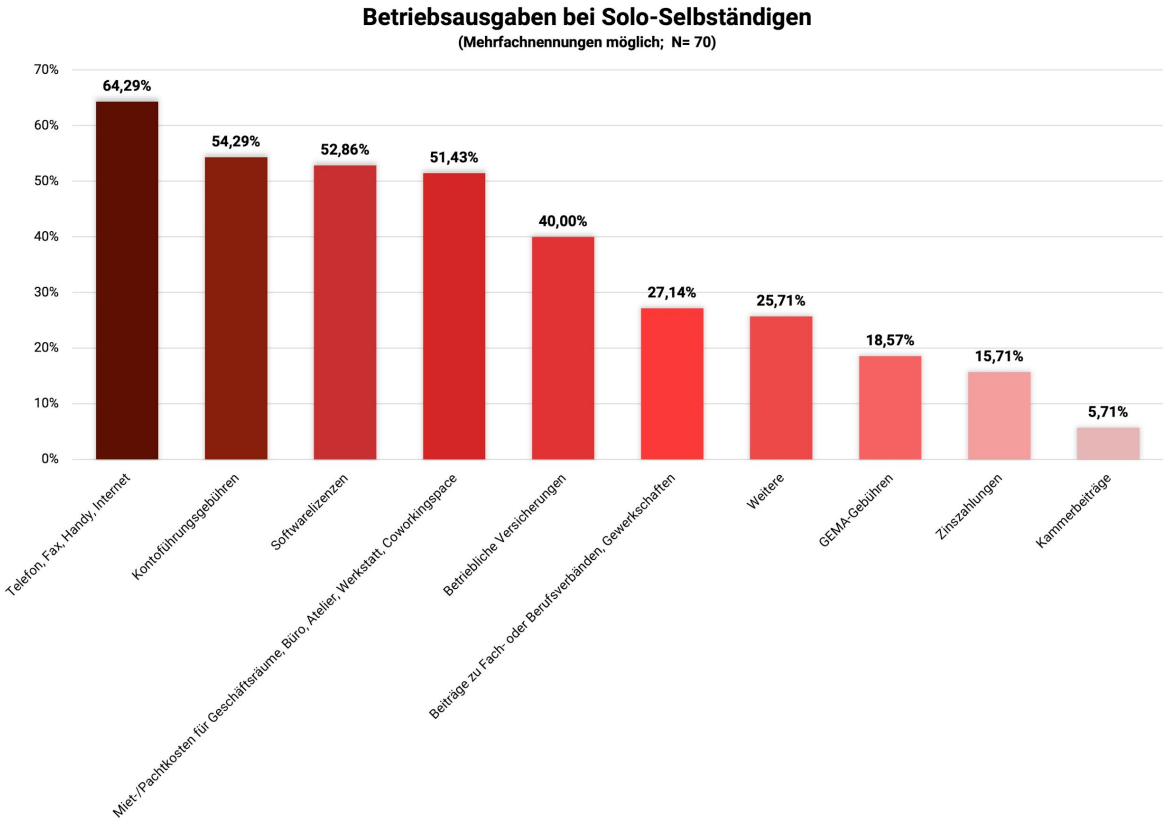
Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

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.

Betriebsausgaben bei Solo-Selbständigen



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

Über die Hälfte der Selbständigen hat Auslandsumsätze

53% der Selbständigen geben an, dass sie Umsätze auch im Ausland erwirtschaften.

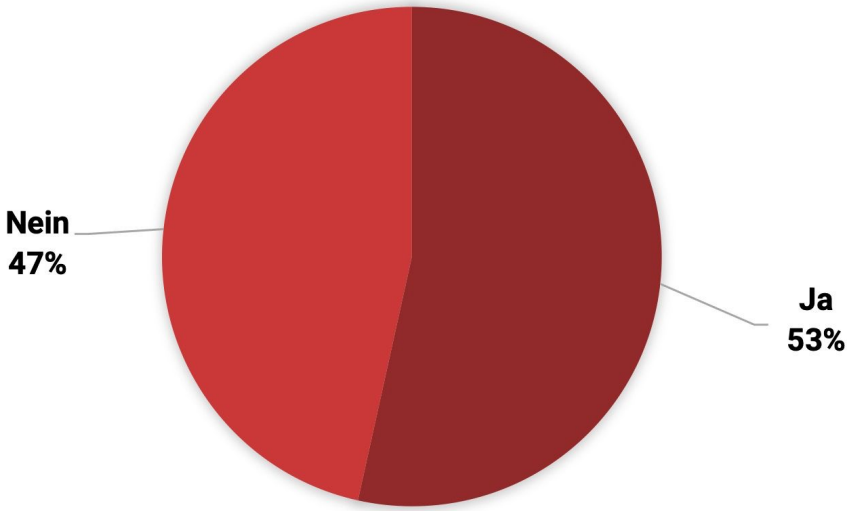
Bei 65% dieser Gruppe beträgt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz 1-10%.

Bei 24% der Selbständigen mit Auslandsumsätzen machen diese zwischen 11% und 30% des Gesamtumsatzes aus.

Selbständigkeit und Auslandsumsätze

Anteil der Befragten mit Auslandsumsätzen

(N= 101)



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

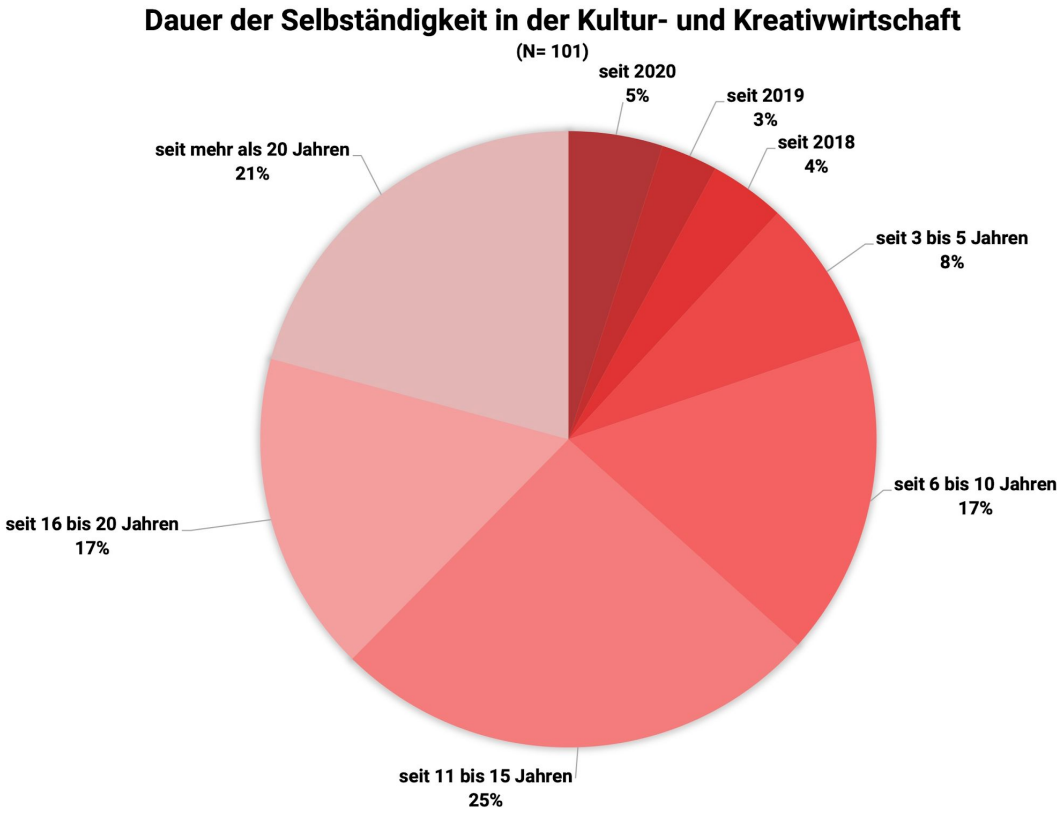
Selbständigkeit und Auslandsumsätze

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

Die Mehrheit der Selbständigen ist am Markt etabliert

21% üben ihre Selbständigkeit sogar schon mehr als 20 Jahre aus.

Selbständigkeit: Bestehen am Markt

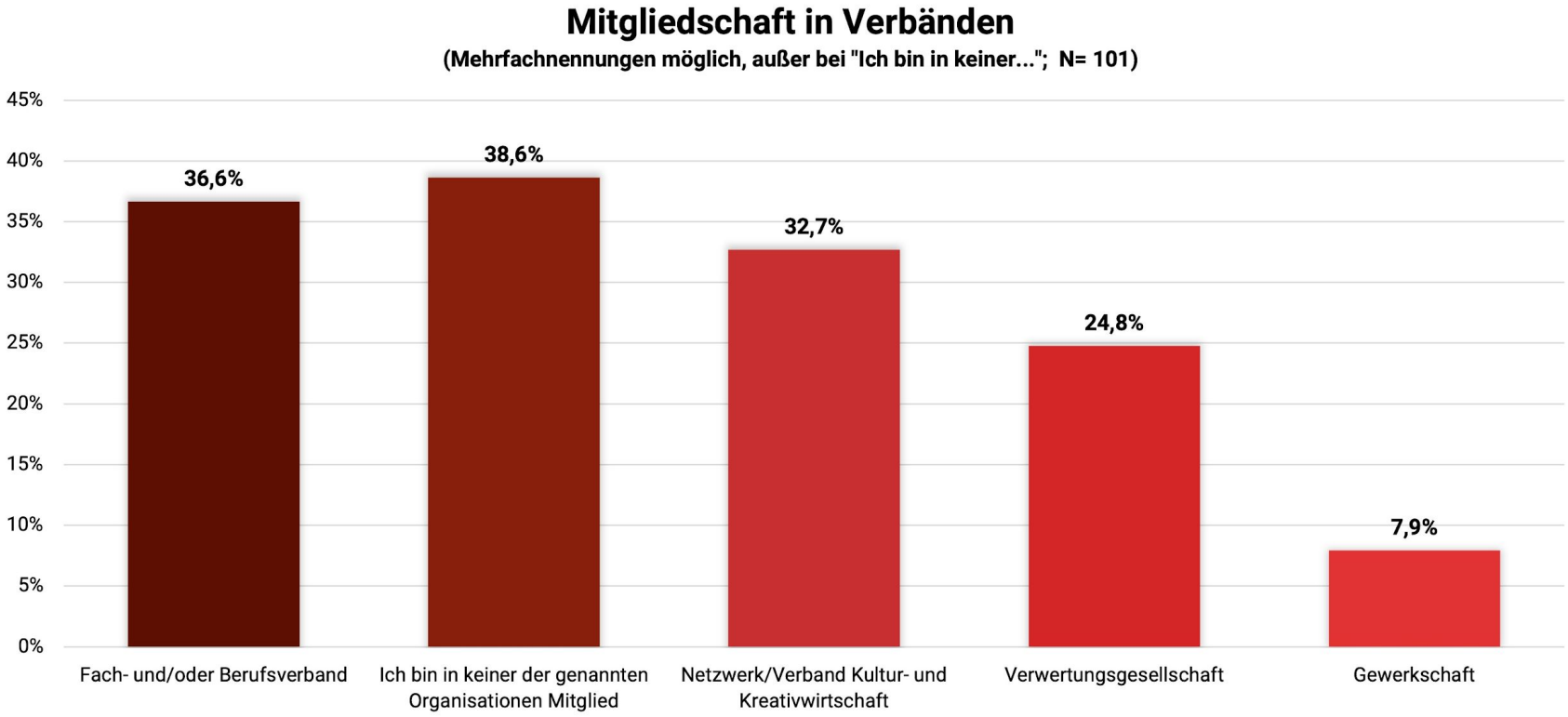


Quelle: Netzwerk Promoting Creative Industries (PCI) & Bundesverband Kreative Deutschland e.V. 2021

39%

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

Selbständige: Mitgliedschaften



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

37%

der Selbständigen, die sich an der Umfrage beteiligten, sind Frauen. 60% der Befragten sind Männer, 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.