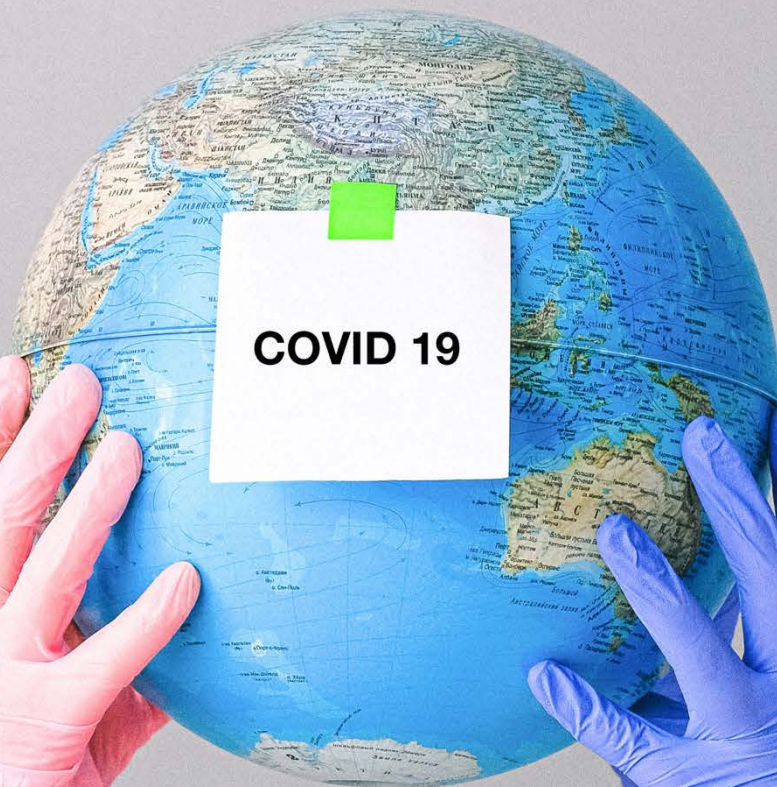


Herausforderungen und Folgen der COVID-19-
Pandemie für Solo-Selbstständige und KMU in
Deutschland



Ergebnisbericht 1

Dominika Wach
Denise Doan
Elsa Sophie Herhold
Bastian Frenzel

Inhalt

Zusammenfassung.....	4
Highlights	5
Einleitung.....	8
1. Unternehmer/innen aus Sachsen	9
1.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	9
1.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie	10
1.2.1 Kurzfristige Unternehmensstrategien	10
1.2.2 Inanspruchnahme finanzieller Unterstützungsangebote	12
1.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven.....	13
1.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	15
1.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie.....	15
1.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen	16
2. Solo-Selbstständige vs. KMU in Sachsen	19
2.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	20
2.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie	20
2.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven.....	22
2.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	23
2.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie.....	23
2.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen	24
3. Unternehmer/innen aus dem restlichen Bundesgebiet	26
3.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	26
3.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie	28
3.2.1 Kurzfristige Unternehmensstrategien	28
3.2.2 Inanspruchnahme finanzieller Ressourcen.....	30
3.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven.....	30
3.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	32
3.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie.....	32
3.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen	34
Fazit.....	35
Literaturverzeichnis	36

Zusammenfassung

Am 27. Januar 2020 trat die erste Infektion mit dem neuartigen Corona-Virus in Deutschland auf. Der erste Fall in Sachsen wurde am 2. März 2020 vom Landratsamt Sächsische Schweiz-Osterzgebirge bestätigt. Um Ansteckungen mit dem Virus zu vermeiden und damit die Gesundheit der Bevölkerung zu schützen wurden im Frühjahr 2020 bundesweit entsprechende Maßnahmen umgesetzt.

Die zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie umgesetzten Ausgangsbeschränkungen, Geschäftsschließungen und das Verbot von Veranstaltungen zogen erhebliche Konsequenzen für die deutsche Volkswirtschaft nach sich, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Solo-Selbstständige. Der mehrwöchige Lockdown beginnend im März 2020 setzte diese unter erheblichen Druck und bedrohte deren Existenz.

Der hier vorliegende Bericht schildert die wirtschaftlichen, persönlichen sowie gesundheitlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer/innen sowie Solo-Selbstständige in Deutschland, insbesondere in Sachsen. Der Bericht stellt die Ergebnisse einer Studie der Professur für Arbeits- und Organisationspsychologie an der Technischen Universität Dresden in Kooperation mit dem Lehrstuhl für Entrepreneurship am King's College London vor. Die Untersuchung wurde im Zeitraum vom 16. April bis 4. Mai 2020 durchgeführt.

Im Fokus des ersten Kapitels stehen die sächsischen Unternehmer/innen. In Kapitel zwei werden Solo-Selbstständige und KMU aus Sachsen gegenübergestellt. Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit befragten Unternehmer/innen aus dem restlichen Bundesgebiet.

Highlights

Hintergrund

- Rund vier Millionen Inhaberinnen und Inhaber kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) sowie Solo-Selbstständige tragen maßgeblich zur deutschen Wirtschaft bei.
- Die genannte Gruppe ist besonders von der COVID-19-Pandemie betroffen. Im Vergleich zu großen Unternehmen verfügen KMU über geringere finanzielle sowie personelle Ressourcen.

Unsere Studie

- Die vorliegende Studie umfasste eine deutschlandweite Gesamtstichprobe von 267 Solo-Selbstständigen und KMU aus 15 Bundesländern.
- Die sächsische Untersuchungsstichprobe stellte mit 160 Befragten (60 %) den Großteil dar. Mit einem Anteil von 59 % (94 Personen) waren Solo-Selbstständige etwas häufiger vertreten als KMU.
- Für die Teilnehmenden aus den übrigen Bundesländern ergab sich eine Gesamtteilnehmerzahl von 107 Unternehmer/innen.
- Die Online-Befragung erfolgte vom 16. April bis 4. Mai 2020, d. h. zum Höhepunkt der kontakteinschränkenden Maßnahmen aufgrund der COVID-19-Pandemie.

Kapitel 1. Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer/innen in Sachsen

- Über zwei Drittel (68 %) der Befragten sahen aufgrund der Pandemie die Existenz ihres Unternehmens als bedroht. Zudem mussten 24 % der Befragten ihren Geschäftsbetrieb ganz einstellen.
- Als größte Herausforderung erwies sich bei 68 % der Befragten die finanzielle Aufrechterhaltung des eigenen Unternehmens aufgrund des Rückgangs der Auftragslage.
- 24 % der Befragten gaben an, aufgrund der COVID-19-Pandemie gar nicht gearbeitet haben zu können.

Reaktionen auf COVID-19-Pandemie

- Die Hälfte der Befragten musste ihre unternehmensbezogenen Pläne aufgrund der COVID-19-Pandemie verändern. Über 90 % der Unternehmer/innen passten Ihre Pläne bis Ende März an. Zwei Drittel der Befragten (63 %) beantragten staatliche Unterstützung, am häufigsten die Soforthilfe vom Bund.
- Einem geringen Anteil von 18 % der Befragten eröffnete die COVID-19-Pandemie neue Geschäftsmöglichkeiten. Hierbei ließen sich zwei Bereiche identifizieren: Online-Angebote (z. B. Online-Handel, Online-Coaching oder Telemedizin) und erhöhte Produktion spezifischer Güter (z. B. Schutzkleidung, Mund-Nasen-Bedeckung).

Zukunftsperspektiven

- Trotz der größtenteils negativen unternehmensbezogenen Auswirkungen ist die Mehrheit (76 %) der Befragten optimistisch, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird.
- Es gehen 29 % davon aus, dass die Pandemie langfristig auch positive Folgen für ihr Unternehmen haben könnte.
- Nahezu die Hälfte (47 %) rechnet damit, ihr Unternehmen unter den einschränkenden Bedingungen nur noch einen Monat bis drei Monate finanziell aufrechterhalten zu können.

Stressoren und persönliche Auswirkungen der Pandemie

- Starke oder sehr starke Frustration und Langeweile als Folgen der Isolation während des Lockdowns wurden von circa einem Viertel der Befragten (27 %) berichtet.
- Im Kontext der Arbeit fühlten sich 40 % der Befragten mit emotional belastenden Situationen konfrontiert. 77 % gaben an starken und sehr starken kognitiven Belastungen ausgesetzt zu sein.
- 35 % der Unternehmer/innen berichteten starke und sehr starke Unsicherheit, während die Mehrheit der Befragten wenig Einsamkeit erlebte.
- Trotz der Pandemie berichteten die Befragten von einer hohen und sehr hohen Arbeitszufriedenheit (73 %). Das psychologische Wohlbefinden bei der Arbeit wurde ebenfalls sehr positiv eingeschätzt.

61 % der Befragten gaben eine sehr hohe Lebenszufriedenheit an. 19 % klagten über ein starkes Stresserleben.

- Über ein Drittel (39 %) der Befragten musste aufgrund der Schließung von Schulen und Kindergärten zusätzlich die Kinderbetreuung zu Hause organisieren.

Kapitel 2. Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Solo-Selbstständige vs. KMU in Sachsen

- Im Allgemeinen wiesen die befragten Solo-Selbstständigen und KMU ähnliche Antwortmuster auf.
- Beide Unternehmergruppen verzeichneten einen Rückgang der Aufträge (65 % Solo-Selbstständige vs. 71 % KMU). Dafür mussten mehr Solo-Selbstständige aufgrund der Pandemie ihren Betrieb einstellen (29 % vs. 19 %). 35 % der Solo-Selbstständigen gaben an, zum Zeitpunkt der Befragung gar nicht arbeiten zu können, wohingegen lediglich 9 % der KMU nicht arbeiteten.
- Beide Gruppen waren ähnlich optimistisch, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird. KMU waren etwas zuversichtlicher hinsichtlich der finanziellen Aufrechterhaltung ihres Unternehmens über ein halbes Jahr hinaus (18 % vs. 27 %).
- Sowohl Solo-Selbstständige als auch KMU zeigten eher wenige Sorgen um Ihre Gesundheit während der COVID-19-Pandemie. Sie berichteten jedoch eine starke bis sehr starke kognitive Belastung in ihrer Arbeit (79 % Solo-Selbstständige und 73 % KMU) und mittelmäßige emotionale Belastung (37 % Solo-Selbstständige und 29 % KMU). Solo-Selbstständige erlebten mehr Einsamkeit bei der Arbeit, wobei die Mehrheit der Befragten beider Unternehmergruppen weder eine starke Einsamkeit noch eine hohe Unsicherheit berichtete.
- 75 % Solo-Selbstständigen und 83 % der KMU berichteten ein hohes bis sehr hohes arbeitsbezogenes psychologisches Wohlbefinden. Mit ihrer Arbeit waren trotz der Pandemie 70 % der Solo-Selbstständigen und 77 % der KMU zufrieden oder sogar sehr zufrieden.

Kapitel 3. Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer/innen aus dem restlichen Bundesgebiet

- Die große Mehrheit von 81 % der Befragten aus dem restlichen Bundesgebiet gab an, dass die Existenz ihres Unternehmens durch die COVID-19-Pandemie bedroht war.
- Die finanzielle Aufrechterhaltung ihres Unternehmens, die Bezahlung der Angestellten, ein Zahlungsverzug durch Kunden, Versorgungsengpässe sowie mangelnde finanzielle Kapazitäten für die Bezahlung von Lieferant/innen stellten die Befragten vor große Herausforderungen.
- Drei Viertel aller Befragten (75 %) beklagten aufgrund der COVID-19-Pandemie einen Rückgang der Auftragslage. Mehr als ein Fünftel (24 %) der Befragten musste Angestellte entlassen oder den Gewerbebetrieb einstellen.

Reaktionen auf COVID-19-Pandemie

- Während der COVID-19-Pandemie änderten 65 % der Befragten ihre unternehmensbezogenen Pläne. Die Mehrheit hat erst Anfang bis Mitte März 2020 auf die durch die COVID-19-Pandemie veränderte Situation mit Anpassung ihrer Pläne reagiert.
- Lediglich 14 % der Befragten sahen aufgrund der COVID-19-Pandemie neue Geschäftsmöglichkeiten. 11% konnten ihr Unternehmen um einen Online-Handel oder Lieferservice erweitern.
- Die COVID-19-bedingten Ausgangsbeschränkungen zwangen 15 % der Befragten zur Verlegung ihres Arbeitsplatzes ins Home-Office. Weitere 18 % der Befragten arbeiteten dadurch vermehrt von Zuhause aus.

Zukunftsperspektiven

- Zwei Drittel der Befragten hielten es für wahrscheinlich, dass sich ihr Unternehmen von der COVID-19-Krise erholen wird. 9 % der Befragten erwarten ein Wachstum.
- Mehr als ein Viertel der Befragten (28 %) kann sich vorstellen, dass sich die COVID-19-Pandemie langfristig positiv auf das Unternehmen auswirken könnte.
- Die Mehrheit der Befragten (60 %) berichtete, dass sie ihr Unternehmen höchstens drei

Monate aufrechterhalten können, bis ihnen die finanziellen Mittel ausgehen.

Stressoren und persönliche Auswirkungen der Pandemie

- 24 % der Befragten gaben an, sich um die eigene Gesundheit und die der Familie zu sorgen. 79 % fühlen sich mit erheblichen kognitiven Belastungen in ihrer Arbeit konfrontiert, 40 % mit emotionalen. 49 % erlebten zum Zeitpunkt der Untersuchung eine starke bis sehr starke Unsicherheit.
- 68 % der Befragten waren trotz der Pandemie mit ihrer Arbeit zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Circa die Hälfte der Befragten gab an, sehr zufrieden mit ihrem Leben zu sein.
- Ein Viertel (25 %) der Befragten gab ein hohes Stresserleben an. 69 % zeigten ein hohes psychologisches Wohlbefinden.

Die Mehrheit der Befragten (60 %) musste aufgrund der Pandemie ihre Kinder zu Hause betreuen.

Fazit

- Unsere Studie ermöglicht Einblicke in die wirtschaftlichen, persönlichen und gesundheitlichen Folgen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer/innen in Deutschland, insbesondere in Sachsen. Aufgrund fehlender Repräsentativität der Stichprobe können die Studienergebnisse und Schlussfolgerungen nicht verallgemeinert werden.
- Für die Teilnahme an der Befragung und hilfreiches Feedback danken wir allen befragten Unternehmer/innen.

Einleitung

Unternehmer/innen in kleinen und mittleren Firmen (KMU) leisten einen großen gesellschaftlichen sowie volkswirtschaftlichen Beitrag. Sie gründen Unternehmen, schaffen Arbeitsplätze und sorgen für Wirtschaftswachstum. Außerdem zeichnen sie sich durch innovative Ideen und Kreativität aus, um sich so den Herausforderungen des Marktes zu stellen. Unternehmertum bedeutet einerseits mehr Autonomie und Selbstverwirklichung, andererseits sind Unternehmer/innen tagtäglich mehreren Stressoren ausgesetzt. Sie arbeiten unter Zeitdruck, sind mit emotionalen Belastungen, Komplexität und Unsicherheit konfrontiert. Die im Frühjahr des Jahres 2020 in Deutschland ausgebrochene COVID-19-Pandemie entwickelte sich zu einem enormen Stressor für diese Berufsgruppe. Die kontakteeinschränkende Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie hatten eine verringerte Nachfrage, eine geringere Auftragslage und einen Umsatzrückgang zur Folge. Die Pandemie zog eine wirtschaftliche Krise nach sich, wobei es unklar bleibt, wie lange diese andauert und mit welchen langfristigen Konsequenzen zu rechnen ist.

Das übergeordnete Ziel der vorliegenden Studie war es, neben den wirtschaftlichen Folgen auch die persönlichen und gesundheitlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer/innen in Deutschland zu untersuchen. Primär wurden Auswirkungen von COVID-19 auf deutsche KMU und Solo-Selbstständige sowie deren Reaktionen und wahrgenommenen Zukunftsperspektiven infolge der Pandemie betrachtet. Darüber hinaus untersuchte die Studie emotionale und kognitive Arbeitsstressoren der Befragten, deren Stresserleben und psychologisches Wohlbefinden. Nicht zuletzt schauten wir auf die Arbeits- und Lebenszufriedenheit der Unternehmer/innen.

Die Studie wurde im Zeitraum vom 16. April bis 4. Mai 2020 als Online-Befragung durchgeführt. Zu diesem Zeitpunkt galt in Deutschland eine Allgemeinverfügung zur Ausgangsbeschränkung, um die Ansteckungen mit dem Corona-Virus zu vermeiden und die Gesundheit der Bevölkerung zu schützen. Die mit der Allgemeinverfügung einhergegangenen Hygieneschutzmaßnahmen wirkten sich nicht nur auf das tägliche Leben der Bevölkerung aus, sondern zogen erhebliche wirtschaftliche Folgen mit sich. Ende März mussten z. B. Restaurants, Friseure und Baumärkte den Betrieb einstellen. Ende April wurde die Ausgangsbeschränkung durch eine gelockerte Kontaktbeschränkung ersetzt. Untersagt blieben weiterhin Veranstaltungen und Ansammlungen von Personengruppen, die Öffnung von Gastronomiebetrieben sowie der Betrieb von Dienstleistungsbetrieben mit unmittelbarem Kundenkontakt. Anfang Mai 2020 folgten weitere Lockerungen bestehender Corona-Beschränkungen, wie z.B. die Öffnung von Museen oder Ladengeschäften des Einzelhandels bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² sowie ein eingeschränkter Schulbetrieb. Die Vorschriften für Geschäfte, Betriebe und Dienstleistungsunternehmen blieben weitgehend bestehen und Einrichtungen mit Publikumsverkehr geschlossen.

Die Befragung konzentrierte sich auf sächsische Solo-Selbstständige und Inhaber/innen kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU), wobei auch eine deutschlandweite Stichprobe herangezogen wurde. Insgesamt nahmen an der deutschlandweiten Befragung 267 Unternehmer/innen aus 15 Bundesländern teil. Solo-Selbstständige waren hierbei mit einem Anteil von 61 % (163 Personen) gegenüber KMU mit 39 % (104 Personen) etwas häufiger vertreten. Der Großteil der Befragten stammte aus Sachsen (60 %; 160 Personen). Die Mehrzahl der Teilnehmenden bestand auch hier aus Solo-Selbstständigen mit 59 % (94 Personen). Für das restliche Bundesgebiet ergab sich eine Teilnehmerzahl von 107 Personen, wobei Solo-Selbstständige zu 65 % (69 Personen) und KMU zu 35 % (38 Personen) vertreten waren.

Die in Deutschland durchgeführte Untersuchung stellt ein Teilprojekt einer globalen Studie zu *Resilienz und Wohlbefinden von Unternehmer/innen während der COVID-19-Pandemie* dar, angesiedelt an der Professur für Entrepreneurship am King's College London.

In Kapitel 1 dieses Berichtes werden die Studienergebnisse für sächsische Unternehmer/innen dargestellt. Kapitel 2 widmet sich der Gegenüberstellung der COVID-19-bedingten Auswirkungen auf Solo-Selbstständige und KMU in Sachsen. In Kapitel 3 werden die Ergebnisse für das gesamte Bundesgebiet ohne den Freistaat Sachsen präsentiert.

1. Unternehmer/innen aus Sachsen

Im ersten Kapitel werden die Studienergebnisse und somit die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die sächsischen Befragten dargestellt. Es wurde hierbei nicht zwischen Solo-Selbstständigen und KMU unterschieden.

1.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Die meisten Unternehmer/innen waren von der COVID-19-Pandemie negativ betroffen. Als häufigste Herausforderungen wurden der Rückgang der Auftragslage oder Schwierigkeiten bei der Aufrechterhaltung des eigenen Unternehmens genannt.

Circa zwei Drittel (68 %; 109 Personen) der 160 Befragten bewerteten die COVID-19-Pandemie als **Existenzbedrohung** des eigenen Unternehmens (Abbildung 1).

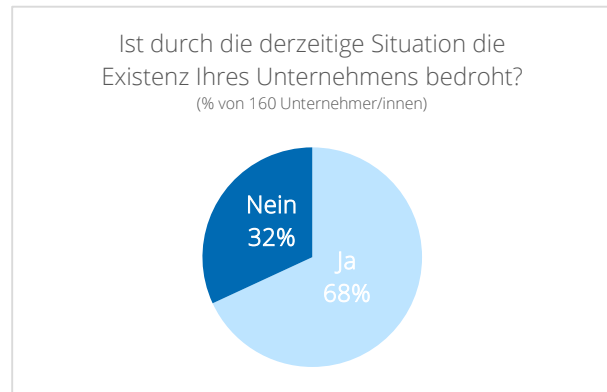


Abbildung 1

Am häufigsten nannten die Befragten den Rückgang der Auftragslage (Abbildung 2). 24 % (39 Personen) gaben an, dass der Gewerbebetrieb aufgrund von COVID-19 eingestellt und ihr Geschäft geschlossen werden musste. Bei 6 % (9 Personen) der Befragten blieb die Auftragslage unverändert. 2 % (3 Personen) berichteten, dass sich die Auftragslage verbessert hat.

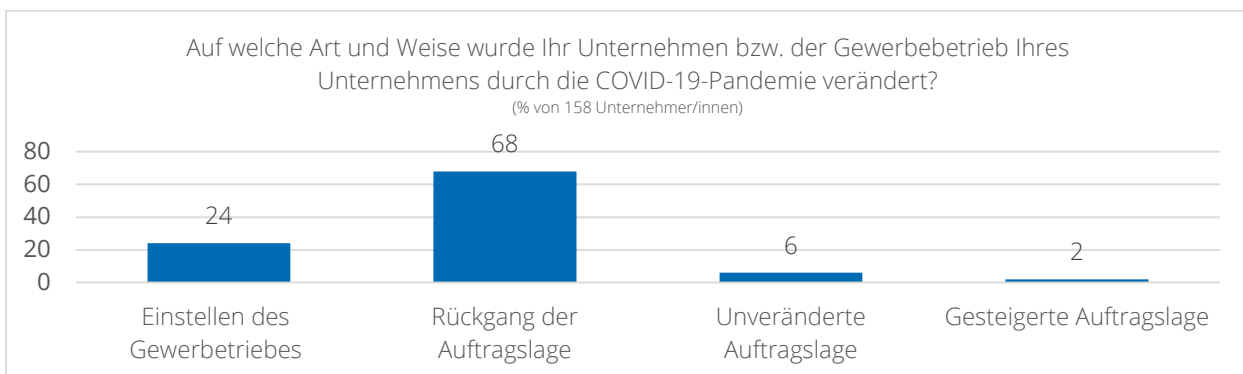


Abbildung 2

Die Mehrheit der Befragten berichtete mit Blick auf die COVID-19-bedingte **Gesamtveränderung** des Unternehmens davon, dass die Pandemie ihr Unternehmen eher verändert, als nicht verändert hat. Nahezu ein Viertel der Befragten (23 %; 36 Personen) gab an, dass COVID-19 ihr Unternehmen voll und ganz veränderte (Abbildung 3).

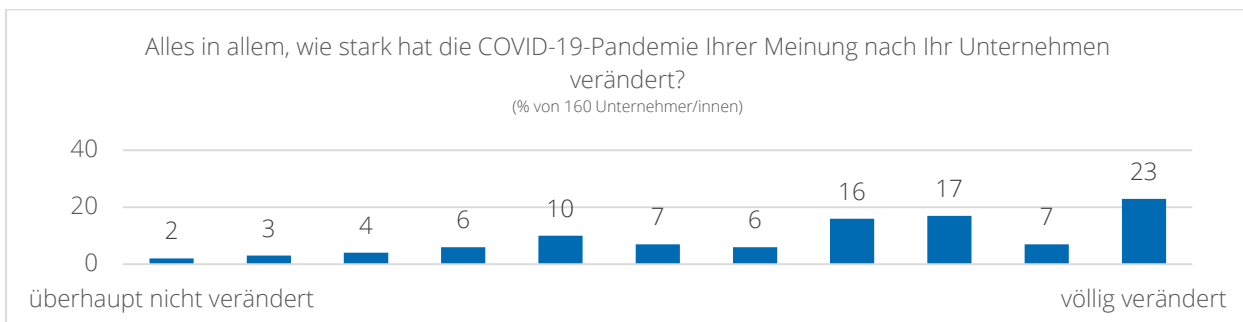


Abbildung 3

Abbildung 4 spiegelt die erlebten COVID-19-bedingten **Problembereiche** der Unternehmer/innen wider. Es zeigte sich, dass es als besonders problematisch empfunden wurde, die finanzielle Aufrechterhaltung des

Unternehmens zu gewährleisten (48 %; 76 Personen). Weiterhin wurde es als herausfordernd wahrgenommen, die eigenen Angestellten nicht mehr oder demnächst nicht mehr bezahlen zu können (21 %; 34 Personen), gefolgt von dem Zahlungsverhalten der Kund/innen (20 %; 32 Personen) sowie den Versorgungsengpässen bei Materialien und Gütern (12 %; 19 Personen). Außerdem führten 5 % (9 Personen) der Befragten an, ihre Lieferant/innen nicht mehr bezahlen zu können. 21 % (33 Personen) gaben an, keine der genannten Probleme zu haben.

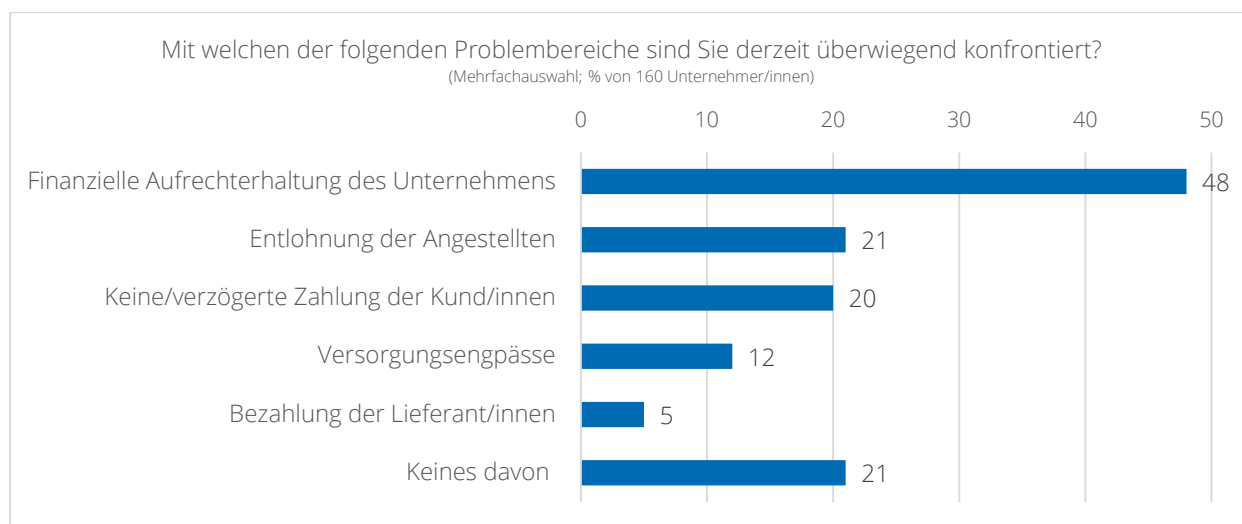


Abbildung 4

In Form eines offenen Antwortformates gaben die Befragten weitere Herausforderungen an, die sich in folgende Bereiche klassifizieren lassen: a) Rückgang der Nachfrage, Auftragsrückgang bzw. Absagen von Aufträgen und damit verbundene Umsatzeinbrüche, b) Fehlender Kundenverkehr durch Ausgangsbeschränkung sowie Stammkundenverlust, c) Keine oder nur eingeschränkt ausführbare Dienstleistungen, d) Einkommensverluste und daraus resultierende Schwierigkeiten bei der Bestreitung des Lebensunterhaltes sowie Existenzängste, e) Probleme bei Investitionen und Neukakquisition, f) Kinderbetreuung (Work-Life-Konflikt).

1.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie

Im Fokus des Unterkapitels stehen die unternehmensbezogenen Reaktionen der Befragten auf die COVID-19-Pandemie. Weiterhin berichten wir, inwiefern die Pandemie zu neuen Geschäftsmöglichkeiten führte und staatliche Unterstützung in Anspruch genommen wurde.

1.2.1 Kurzfristige Unternehmensstrategien

Unternehmer/innen gehen sehr unterschiedlich mit Krisen um. Wissenschaftliche Studien belegen, dass eine proaktive Haltung in Krisenzeiten förderlich für Unternehmen ist. Beispielsweise bestätigen frühere Untersuchungen, dass Unternehmer/innen, die die Finanzkrise 2008 gut überstanden haben, proaktiv im Sinne zukünftiger Pläne für das Unternehmen handelten¹.

Für die sächsischen Befragten zeigte sich, dass etwas mehr als die Hälfte der Unternehmer/innen versuchte, sich an die COVID-19-Pandemie anzupassen. Am häufigsten (55 %; 88 Personen) gaben die Befragten an, die generellen Pläne für das Unternehmen zu verändern. Von diesen hatten 5 % (4 Personen) ihre Pläne bereits im Januar 2020 revidiert, 20 % (18 Personen) im Februar 2020 und 37 % (33 Personen) bis Mitte März 2020. Dabei wurden ihre bestehenden Pläne geändert oder alternative Pläne entwickelt. Diese Unternehmer/innen begegneten der COVID-19-Krise proaktiv. Weitere 30 % (26 Personen) änderten ihre Pläne erst ab Mitte bis Ende März 2020 und 8 % (7 Personen) im April 2020. Dies veranschaulicht, dass circa 21 % (33 Personen) eher reaktiv vorgegangen sind. Ein erheblicher Anteil von 45 % (72 Personen) aller sächsischen Befragten passten ihre Pläne gar nicht an die COVID-19-Pandemie an. (Abbildung 5).

¹ Reymen, I. M. M. J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U. & van Burg, E. (2015). Understanding dynamics of strategic decision making in venture creation: A process study of effectuation and causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 351–379.

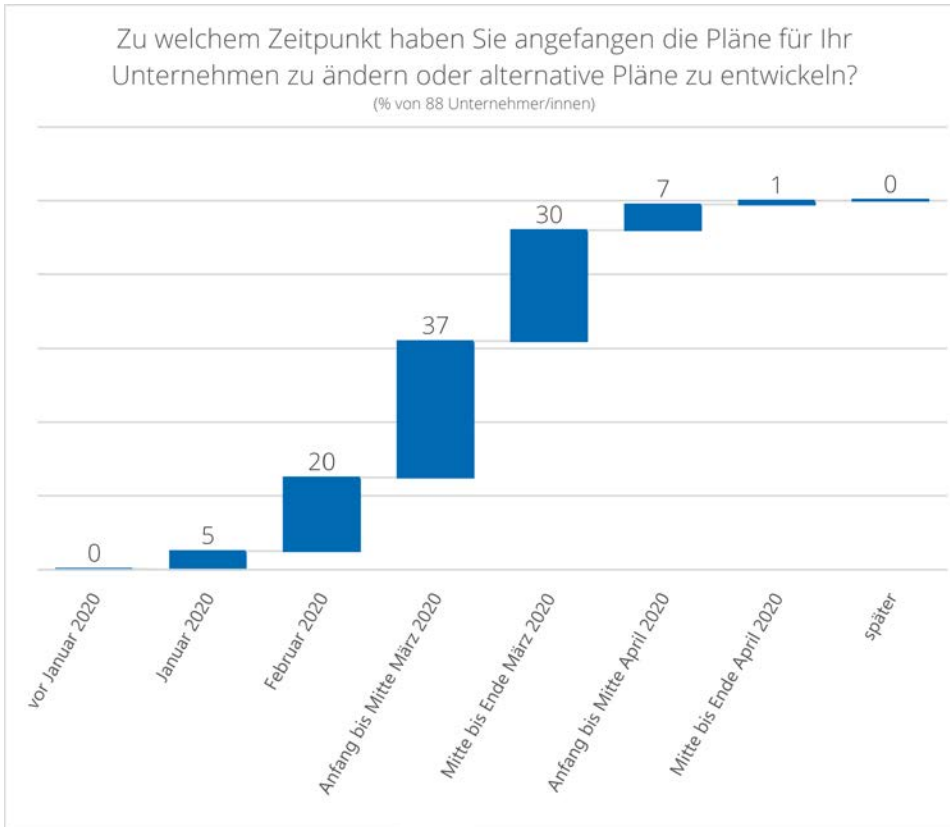


Abbildung 5

Jenseits der Änderungen der Pläne für ihr Unternehmen, hat COVID-19 nur einem sehr geringen Anteil der sächsischen Befragten **neue Geschäftsmöglichkeiten** eröffnet (17 %; 28 Personen). Die Mehrheit der Befragten (83 %; 132 Personen) geht davon aus, dass COVID-19 auf kurzfristige Sicht keine neuen Geschäftsmöglichkeiten mit sich bringt. Die COVID-19-Krise wird somit eher weniger als Innovationschance wahrgenommen (Abbildung 6).

Die genannten Beispiele für potenzielle neue Geschäftsmöglichkeiten ließen sich in zwei Bereiche gliedern: a) Online-Angebote (z. B. Online-Handel, -Coaching, -Kurse, Telemedizin) und b) Erhöhte Produktion spezifischer Güter (z. B. Schutzkleidung, Mund-Nasen-Bedeckung).

Darüber hinaus wurden sächsische Unternehmer/innen dazu befragt, ob sie als Reaktion auf die Pandemie ihr Unternehmen um einen **Online-Handel oder Lieferservice** erweitert haben. Es zeigte sich, dass 12 % (19 Personen) diese Möglichkeit nutzten, wohingegen 75 % (120 Personen) dies nicht taten (Abbildung 7). 13 % (21 Personen) berichteten davon, dass derartige Angebote bereits vor der COVID-19-Pandemie im Unternehmen existierten.

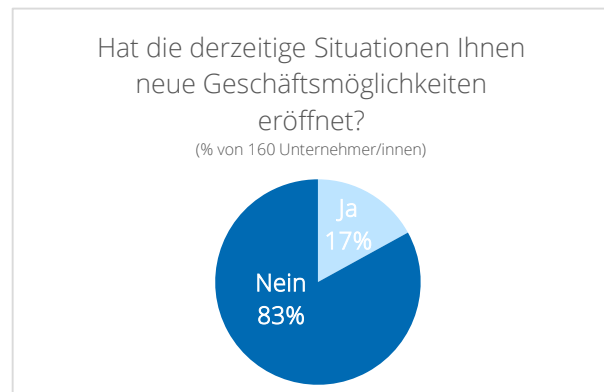


Abbildung 6

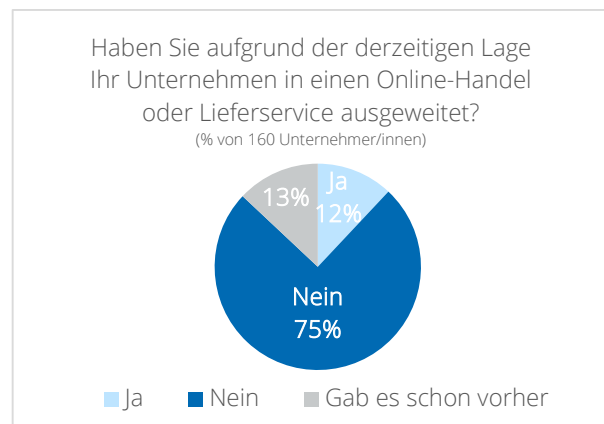


Abbildung 7

Im Hinblick auf den **Arbeitsplatz** (Abbildung 8) gaben 32 % (51 Personen) an, dass sich ihr Hauptarbeitsplatz nicht verändert hat. 16 % (26 Personen) der Befragten berichteten davon, dass sie aufgrund von COVID-19 ihren Arbeitsplatz ins Home-Office verlegten. Es zeigte sich außerdem, dass 6 % (9 Personen) bereits vorher von zuhause aus gearbeitet haben. Weitere 22 % (35 Personen) gaben an, dass sie zwar bereits vor der COVID-19-Pandemie teilweise von zu Hause aus gearbeitet haben, diesen Anteil jedoch erhöhten. Außerdem berichteten 24 % (39 Personen), dass sie aufgrund der COVID-19-Pandemie momentan gar nicht arbeiten können.

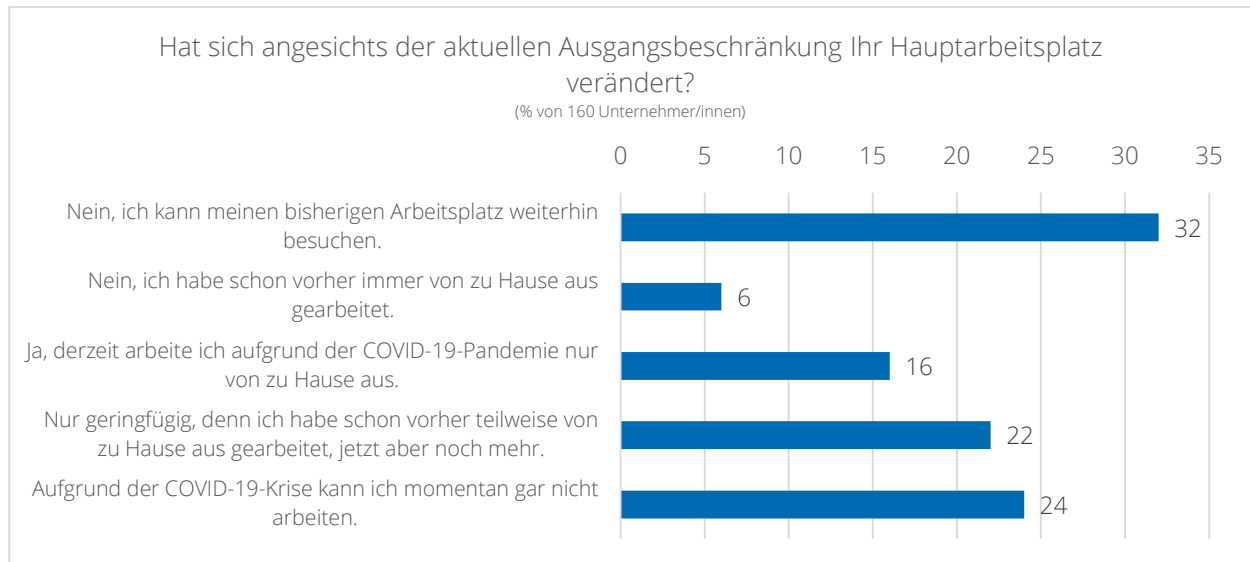


Abbildung 8

1.2.2 Inanspruchnahme finanzieller Unterstützungsangebote

Durch umfangreiche Hilfsmaßnahmen versuchte die Bundesregierung die Folgen der COVID-19-Pandemie auf die Wirtschaft möglichst abzufedern. Dazu gehörten Maßnahmen, um u. a. Unternehmer/innen zu unterstützen und eine hohe Arbeitslosigkeit aufgrund finanzieller Engpässe und drohender Insolvenz zu vermeiden. In der Stichprobe der sächsischen Unternehmer/innen beantragten COVID-19-bedingt nahezu zwei Drittel (63 %; 100 Personen) **staatliche Unterstützungsmaßnahmen** (Abbildung 9, linke Seite). Dabei kristallisierte sich die *Soforthilfe vom Bund* als die am häufigsten beantragte Unterstützungsmaßnahme heraus (67 %; 67 Personen), gefolgt vom *Kurzarbeitergeld für Angestellte* (15 %; 15 Personen), den *Hilfspaketen der KfW-Bank oder Landesbanken* (7 %; 7 Personen) oder *staatlich geförderte Kredite* (4 %; 4 Personen). 7 % (7 Personen) gaben als weitere Unterstützungsmaßnahmen z. B. Arbeitslosengeld II oder steuerliche Erleichterungen an (Abbildung 9, rechte Seite).

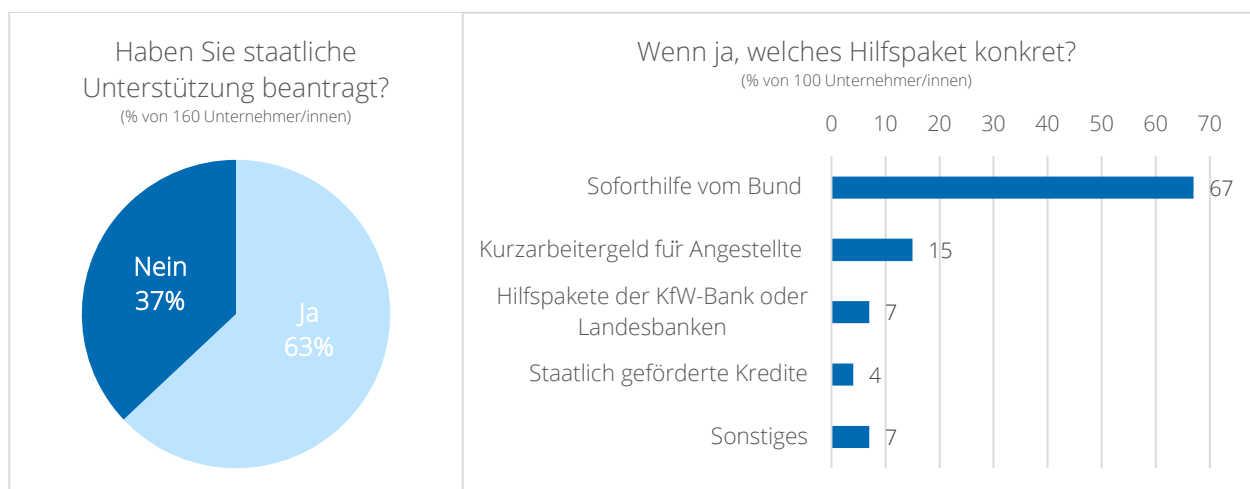


Abbildung 9

1.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven

Im Folgenden werden zunächst die allgemeinen Erwartungen der Befragten hinsichtlich deren Unternehmensentwicklung dargelegt. Außerdem wird aufgezeigt, welche Arten von positiven Auswirkungen und Möglichkeiten die Befragten in Zeiten von COVID-19 wahrnahmen. Letztlich werden der unternehmensbezogene Planungshorizont sowie die finanziellen Ressourcen der Befragten betrachtet.

Mit Bezug auf den **Optimismus hinsichtlich des eigenen Unternehmens** nach der COVID-19-Pandemie (Abbildung 10) ließ sich feststellen, dass nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (38 %; 61 Personen) davon ausgeht, dass ihr Unternehmen innerhalb kurzer Zeit nach der Krise wieder auf das Niveau von vor der Krise zurückkehren wird. Weniger zuversichtlich waren die Unternehmer/innen dahingehend, dass ihr Unternehmen nach der Krise gewachsen und größer sein wird als zuvor (13 %; 21 Personen). Der Großteil der Befragten geht davon aus, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird (76 %; 122 Personen).

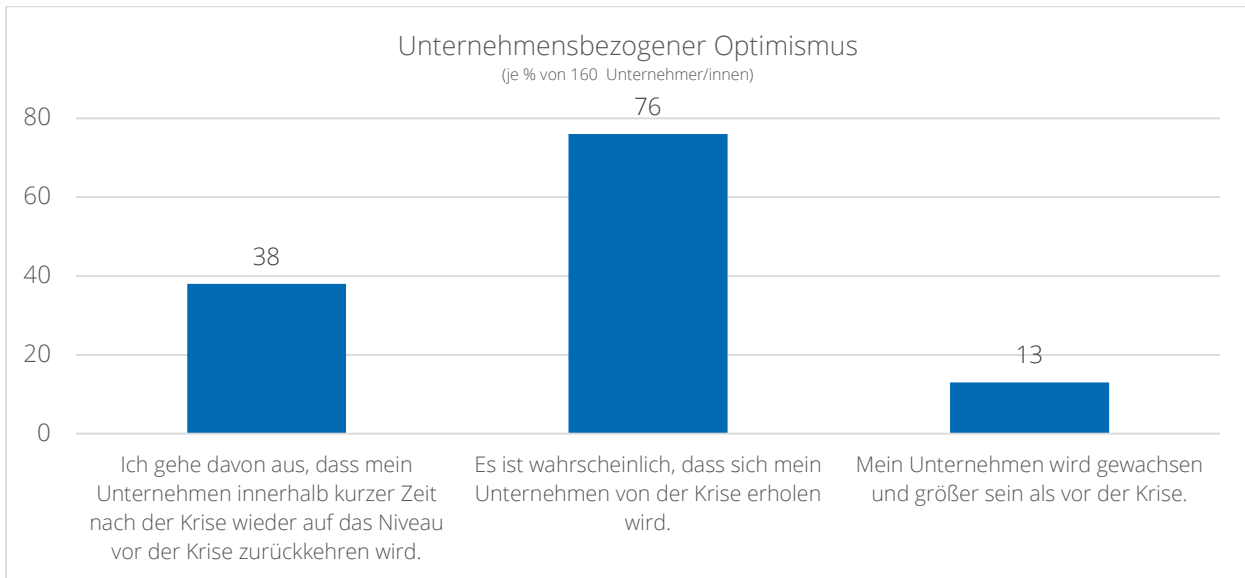


Abbildung 10

Im Hinblick darauf, ob COVID-19 **langfristig positive Auswirkungen** mit sich bringen könnte, zeigte die Mehrheit der Befragten (71 %; 113 Personen), dass sie mit keinen positiven Auswirkungen der Pandemie rechnet (Abbildung 11).

Die genannten denkbaren positiven Auswirkungen von COVID-19 ließen sich in folgende Bereiche einteilen:

- a) Weniger Stress, Hektik und Druck; dafür mehr Zeit für Aus- und Weiterbildung, Prozessoptimierung im Unternehmen oder Umstrukturierung
- b) Verstärkte Digitalisierung, z. B. digitale Vernetzung und Kommunikation, Ausbau von Online-Angeboten, Social-Media-Marketing
- c) Innovation, z. B. neue Produkte und Angebote, Erschließung neuer Geschäftsbereiche, aus der Not resultierende Kreativität
- d) Mehr Umsicht, Verständnis und Miteinander unter Angestellten und Kolleg/innen



Abbildung 11

Mit Blick auf den **Planungshorizont** für Unternehmen zeigte sich, dass der Großteil der Befragten zum Zeitpunkt der Befragung weniger als ein Jahr vorausplante (Abbildung 12). Für mehr als die Hälfte der sächsischen Unternehmer/innen (59 %; 95 Personen) beträgt der Planungshorizont maximal ein halbes Jahr. 16 % (25 Personen) gaben an, ihre unternehmensbezogenen Zukunftspläne für maximal ein Jahr im Voraus aufzustellen.

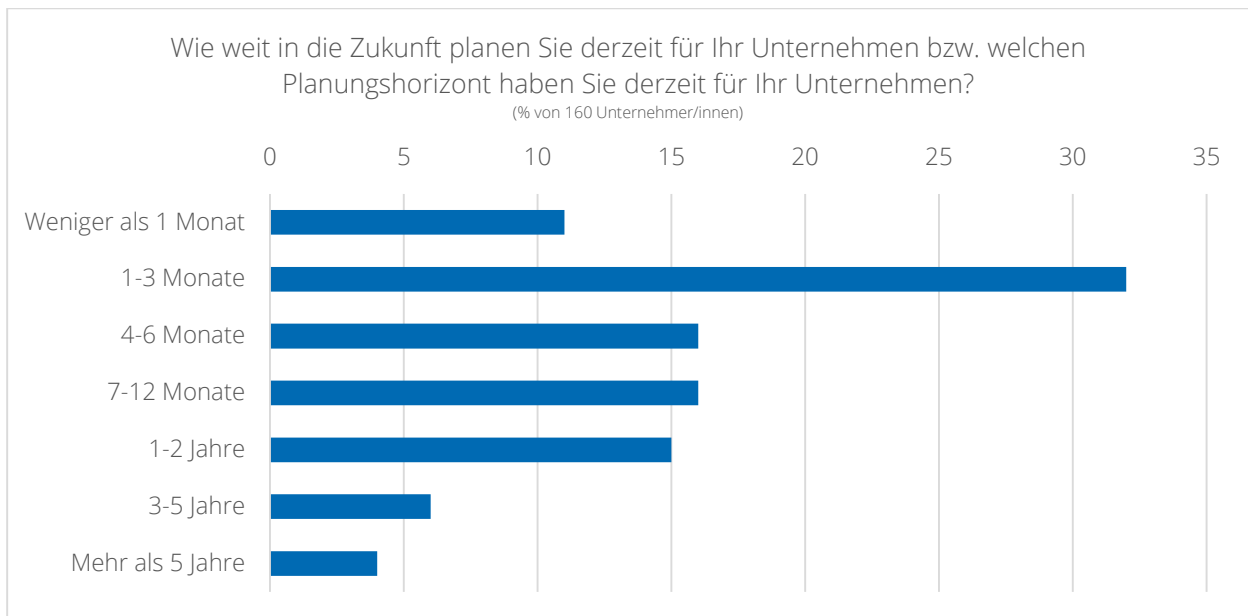


Abbildung 12

Es sei an der Stelle angemerkt, dass die vorliegende Studie in den Zeiten des COVID-19-Lockdowns durchgeführt wurde und sich die Befragten womöglich erst nach der Lockerung der Ausgangsbeschränkungen ab Mai 2020 mit der Geschäftsplanung befassten.

Hinsichtlich der **finanziellen Ressourcen** (Abbildung 13) gaben 6 % (10 Personen) der Befragten an, dass sie angesichts der momentanen Lage ihr Unternehmen nicht länger als einen Monat aufrechterhalten können, bis die finanziellen Mittel ausgehen. 47 % (75 Personen) gaben an, dass sie ihr Unternehmen noch einen bis drei Monate und 25 % (40 Personen) noch vier bis sechs Monate aufrechterhalten können. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass mehr als drei Viertel der Befragten damit rechnet, ihr Unternehmen nicht länger als ein halbes Jahr unter der COVID-19-Situation aufrechterhalten zu können (78 %; 125 Personen).

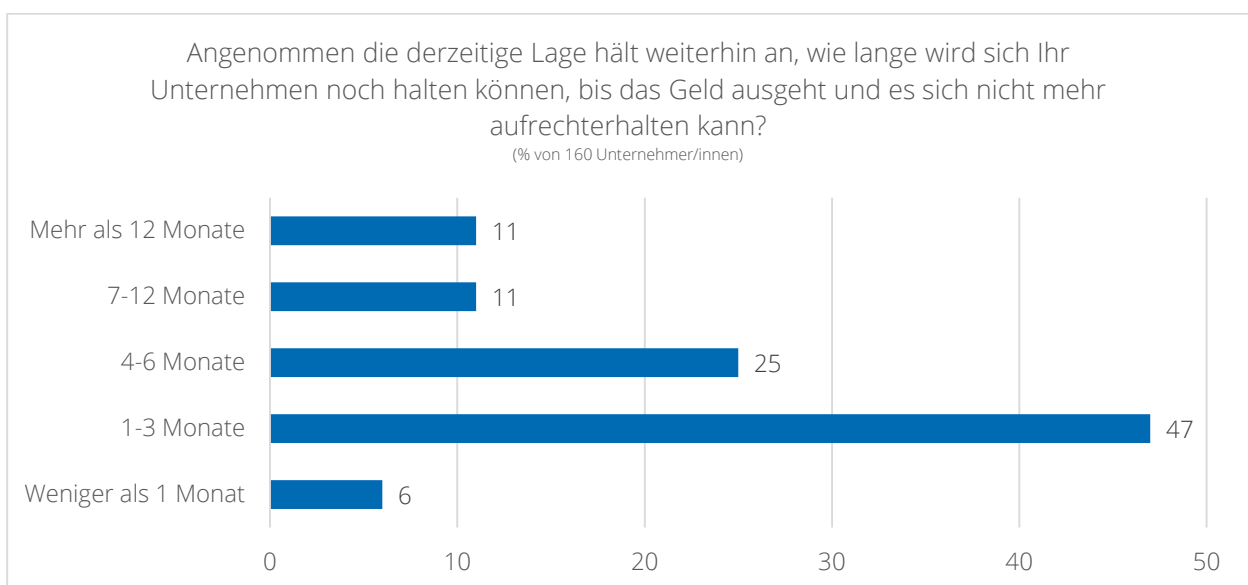


Abbildung 13

1.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

1.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie

Nicht nur die wirtschaftlichen Auswirkungen stellen in den Zeiten der COVID-19-Pandemie einen enormen Stressor für die Unternehmer/innen dar. Die Pandemie wirkt als eine potenzielle Bedrohung für die eigene Gesundheit und die der Familie. In Anbetracht der sozialen Distanzierung können persönliche Kontakte und berufsbezogene Netzwerke nicht wie zuvor gepflegt werden. Darüber hinaus verändern sich durch die COVID-19-Pandemie die innerbetrieblichen Arbeitsbedingungen. Es ist zu erwarten, dass die emotionalen und kognitiven Stressoren sowie Unsicherheit und Einsamkeit zunehmend den Alltag der Unternehmer/innen prägen.

Im Rahmen der aktuellen Studie wurden zunächst sogenannte **pandemiebezogene Stressoren** untersucht. Sie umfassten die **Besorgnis um Gesundheit** und **Folgen der Isolation**. Bezogen auf den Zeitraum der letzten vier Wochen schätzte die Mehrheit der Befragten ein (59 %; 94 Personen), sich „wenige“ bis „sehr wenige“ Sorgen um die eigene Gesundheit und die der Familie zu machen. Nur ein geringer Anteil von 14 % (23 Personen) gab hier an, sich „stark“ oder „sehr stark“ besorgt zu fühlen (Abbildung 14, links).

Frustration und Langeweile als **Folgen der Isolation** wurden von mehr als einem Drittel der Befragten (42 %; 68 Personen) als „wenig“ bis „sehr wenig“ eingeschätzt. Circa ein Viertel der Befragten (27 %; 43 Personen) empfanden diese als „stark“ oder „sehr stark“ (Abbildung 14, rechts).

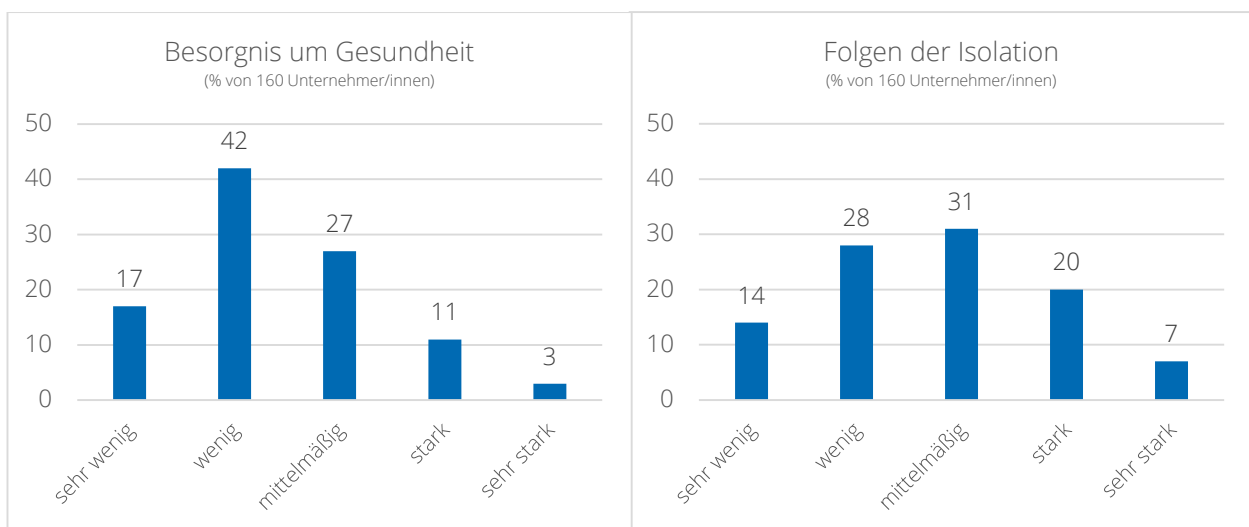


Abbildung 14

Des Weiteren wurden die subjektiv wahrgenommenen Arbeitsstressoren in den letzten vier Wochen untersucht. Hier zeigte sich, dass der größere Teil der Befragten (40 %; 64 Personen) „starke“ oder „sehr starke“ **emotionale Belastungen** in ihrer Arbeit wahrnehmen. Sie sehen sich mit schwierigen Personen konfrontiert und die Arbeit verlangt ihnen emotional sehr viel ab. 26 % (42 Personen) fühlten sich in ihrer Arbeit nur „wenig“ bis „sehr wenig“ emotional belastet (Abbildung 15, links).

Mit Blick auf die **kognitive Belastung** (z. B. präzises Arbeiten, ständiges Nachdenken) berichteten nur wenige der Befragten, dass sie sich „wenig“ bis „sehr wenig“ belastet fühlten (5 %; 8 Personen). Circa drei Viertel (77 %; 122 Personen) sahen sich „stark“ oder „sehr stark“ mit diesem Stressor in ihrer Arbeit konfrontiert (Abbildung 15, rechts).

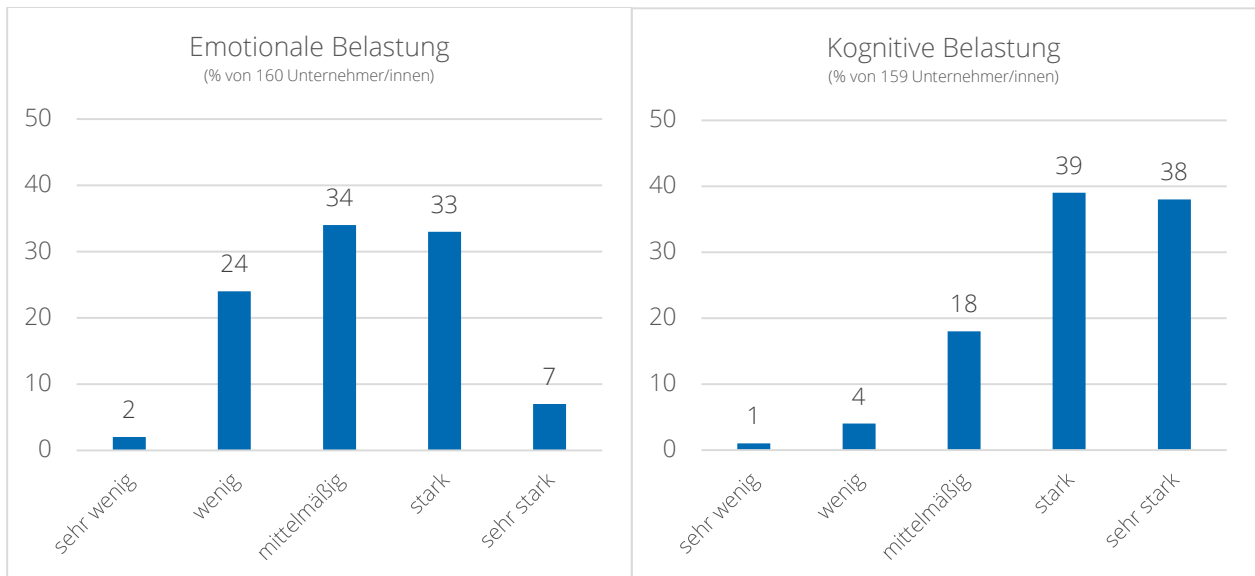


Abbildung 15

Hinsichtlich der **Unsicherheit** bei der Arbeit (z. B. Konfrontation mit unvorhergesehenen Problemen, ungewisse Zukunft des Unternehmens, riskante Entscheidungen) zeigten die Ergebnisse, dass sich 27 % (44 Personen) „wenig“ bzw. „sehr wenig“, 38 % (60 Personen) „mittelmäßig“ und 35 % (55 Personen) „stark“ bzw. „sehr stark“ durch diesen arbeitsbezogenen Stressor bedroht fühlten (Abbildung 16, links).

Der Umgang mit unvorhergesehenen Problemen bei der Arbeit wurde von den Befragten dabei als besonders belastend eingeschätzt. Mit Blick auf die subjektiv erlebte **Einsamkeit** als arbeitsbezogener Stressor gab die Mehrheit der Befragten (65%; 104 Personen) an, dass sie sich in den Zeiten von COVID-19 in ihrer Arbeit nur „wenig“ bis „sehr wenig“ einsam und allein fühlten (Abbildung 16, rechts).

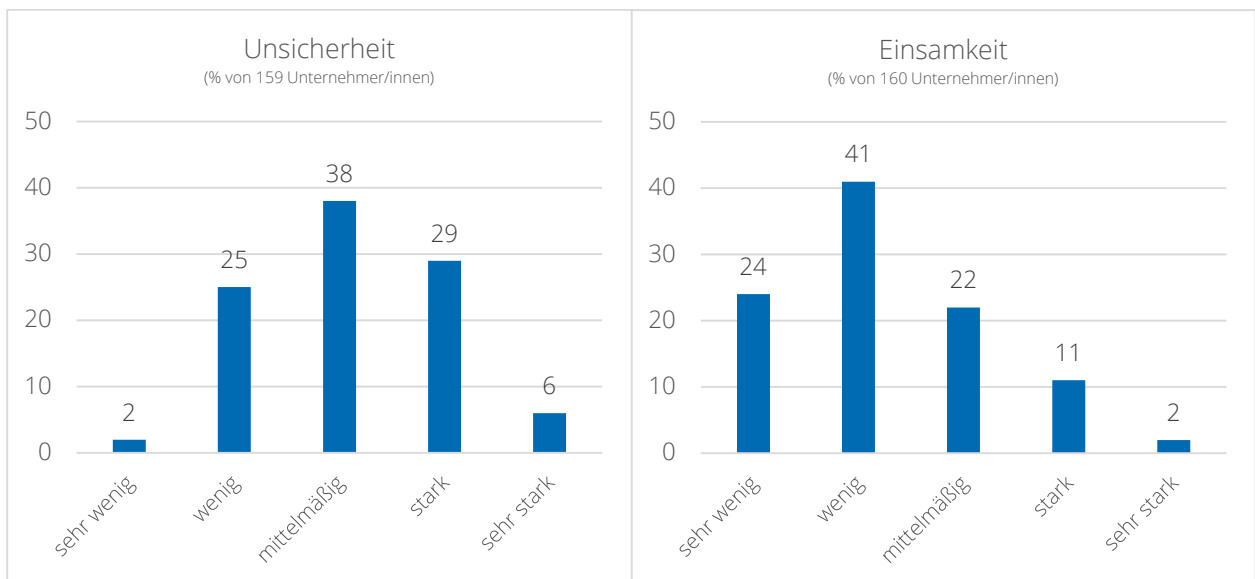


Abbildung 16

1.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

Im Fokus unserer Untersuchung standen die persönlichen und gesundheitlichen Auswirkungen der COVID-19-Krise auf die Unternehmer/innen. Dabei lag das Hauptaugenmerk auf der Zufriedenheit mit der Arbeit, dem Wohlbefinden, der allgemeinen Lebenszufriedenheit und dem subjektiven Stresserleben. Die Einschätzung der Arbeitszufriedenheit, des psychologischen Wohlbefindens und des Stresserlebens bezog sich auf die letzten vier Wochen. Die Lebenszufriedenheit wurde als momentaner Zustand eingeschätzt.

1.4.2.1 Im Kontext von Arbeit

Circa drei Viertel der Unternehmer/innen (73 %; 117 Personen) schätzten ihre **Arbeitszufriedenheit** als „hoch“ bis „sehr hoch“ ein. Demnach mag die Mehrheit der Befragten ihre Arbeitstätigkeit und erachtet ihre Arbeit als sinnhaft, trotz der COVID-19-Pandemie. Keine/r der Befragten gab an, während der COVID-19-Pandemie „sehr wenig“ mit der Arbeit zufrieden zu sein (Abbildung 17).

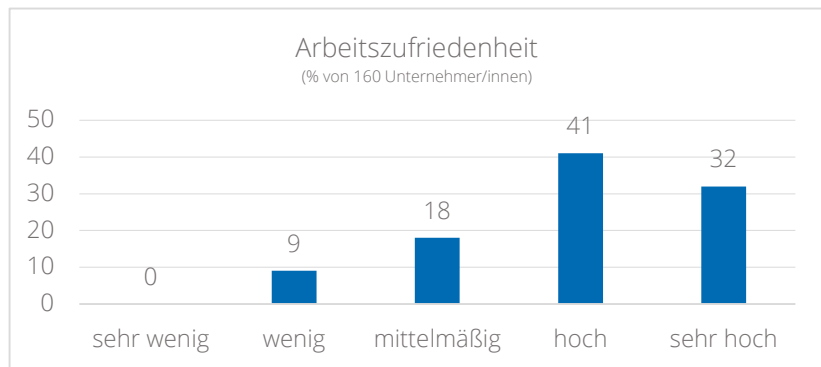


Abbildung 17

Der Großteil der sächsischen Unternehmer/innen (78 %; 125 Personen) schätzte das eigene **Wohlbefinden bei der Arbeit** in den letzten vier Wochen als „hoch“ und „sehr hoch“ ein. Dies impliziert, dass ihnen ihre Arbeit persönliches Wachstum und Selbstverwirklichung ermöglicht. Zudem sahen sich die meisten Befragten funktionsfähig, autonom handelnd und bereit, die Umwelтанforderungen gut meistern zu können². Diese Ergebnisse lassen darauf schließen, dass die sächsischen Befragten die Angelegenheiten bezüglich ihrer Arbeit trotz der Pandemie als vorwiegend positiv betrachteten.

1.4.2.2 Im Privatleben

Die Frage, wie **zufrieden** die Befragten gegenwärtig mit ihrem **Leben** sind, bewerteten 16 % (25 Personen) mit „nicht zufrieden“, 23 % (38 Personen) mit „mittelmäßig zufrieden“ und 61 % (97 Personen) mit „sehr zufrieden“ (Abbildung 18).

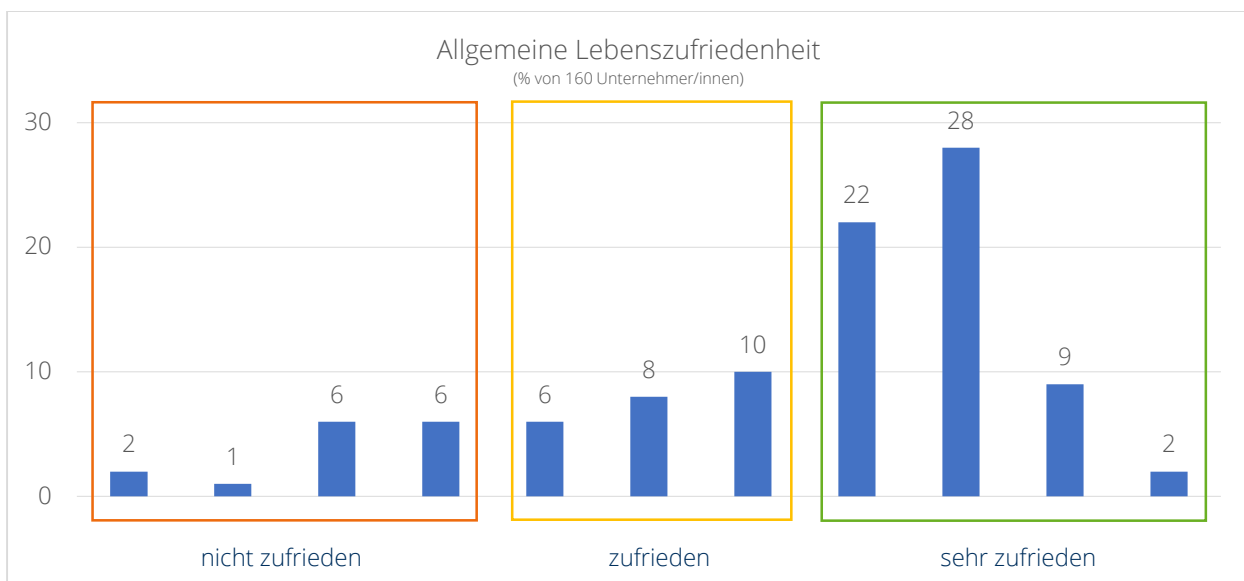


Abbildung 18

Zur Untersuchung des **Stresserlebens** während der letzten vier Wochen wurden Fragen zur Hilflosigkeit und Selbstwirksamkeit gestellt. Beispielsweise sollten die Befragten einschätzen: „Wie oft haben Sie sich im letzten Monat nervös und gestresst gefühlt?“ oder „Wie oft waren Sie im letzten Monat zuversichtlich, dass Sie fähig sind, ihre persönlichen Probleme zu bewältigen?“. Die Ergebnisse zeigen, dass 21 % (33 Personen) wenig Stress erleben, jedoch der Großteil der sächsischen Unternehmer/innen (60 %; 96 Personen) ihr Stresserleben als

² Culbertson, S. S., Fullagar, C. J. & Mills, M. J. (2010). Feeling good and doing great: The relationship between psychological capital and well-being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(4), 421–433.

„mittelmäßig“ einschätzte. Ein weiterer Anteil von 19 % (30 Personen) berichtet von starkem Stresserleben, welches wiederum ein Frühwarnindikator für psychische oder physische Krankheiten darstellen kann³.

Untersucht wurde außerdem, wo sich **die Kinder** der Befragten während der Pandemie tagsüber aufhielten. Hier gaben 62 Unternehmer/innen (39 %) an, ihre Kinder von Zuhause aus betreuen zu müssen. 1 % (2 Personen) konnte ihre Kinder in Notbetreuung unterbringen, während weitere 3 % als Betreuungsort „Sonstiges“ (z. B. Büro, Schule) angaben. Im Falle von 92 Befragten war die Kinderbetreuung thematisch nicht relevant, da sich keine Kinder (mehr) im eigenen Haushalt aufhielten.

³ Schneider, E. E., Schönfelder, S., Domke-Wolf, M. & Wessa, M. (2020). Measuring stress in clinical and nonclinical subjects using a German adaptation of the Perceived Stress Scale. *International Journal of Clinical and Health Psychology* (20)2, 173–181.

2. Solo-Selbstständige vs. KMU in Sachsen

Im zweiten Kapitel werden die Studienergebnisse separat für Solo-Selbstständige und für Inhaber/innen von KMU dargestellt. Zwar lag das Augenmerk der vorliegenden Untersuchung auf Unternehmer/innen im Allgemeinen, jedoch zeigt die aktuelle Forschung, dass sich die COVID-19-Pandemie unterschiedlich auf Solo-Selbstständige und auf KMU auswirken kann.^{4,5}

Die Stichprobe der sächsischen Unternehmer/innen (160 Personen) bestand zu 59 % (94 Personen) aus Solo-Selbstständigen und zu 41 % (66 Personen) aus Inhaber/innen von KMU. Das Durchschnittsalter beider Unternehmergruppen lag bei 46 Jahren. Die Gruppe der Solo-Selbstständigen umfasst mehr weibliche Teilnehmerinnen (53 %; 49 Frauen), während die Gruppe der KMU einen größeren Anteil an männlichen Teilnehmern (61 %; 40 Männer) aufwies. Mit Blick auf die vertretenen Branchen innerhalb beider Unternehmergruppen ergab sich für die Teilnehmenden aus Sachsen folgende Verteilung: Bei den Solo-Selbstständigen waren die Unternehmensdienstleistungen (z. B. Unternehmensberatung, Software-Entwicklung) am häufigsten vertreten (34 %; 31 Personen), gefolgt von den Humandienstleistungen (18 %; 16 Personen) sowie dem Bereich Kunst, Kultur und Bildung (18 %; 16 Personen). In der Gruppe der KMU waren Einzelhandel und Gastronomie (32 %; 20 Personen) am häufigsten vertreten, gefolgt von den Unternehmensdienstleistungen (23 %; 14 Personen) und dem Bereich Fertigung, Baugewerbe und Handwerk (21 %; 13 Personen). Eine Übersicht zur Branchenverteilung beider Unternehmergruppen aus Sachsen ist Abbildung 19 zu entnehmen.

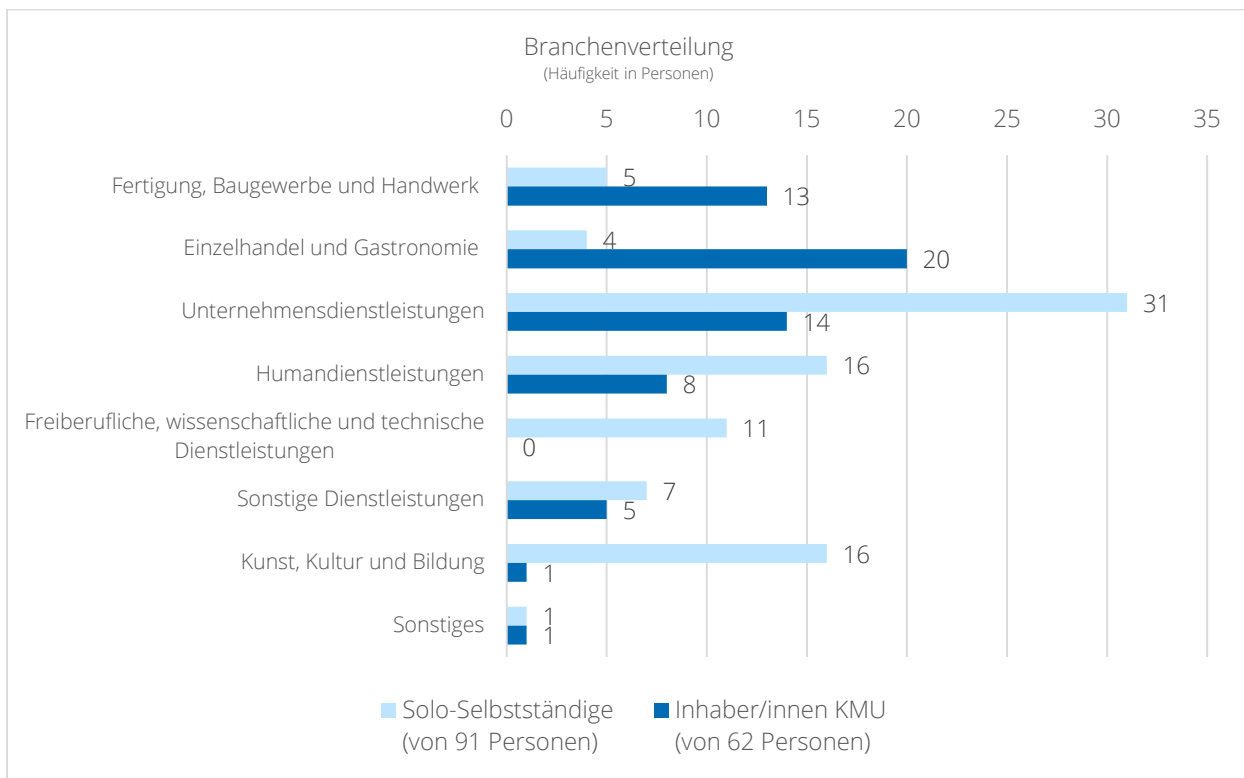


Abbildung 19

⁴ Bertschek, I. & Erdsiek, D. (2020). Soloselbstständigkeit in der Corona-Krise. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise. *ZEW-Kurzexpertise*, (20-08). http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/ZEWKurzexpertisen/ZEW_Kurzexpertise 2008.pdf

⁵ Block, J. H., Fisch, C. & Hirschmann, M. (2020). Solo self-employed individuals and bootstrap financing in the COVID-19 crisis. *Social Science Research Network (SSRN)*, 3598818.

2.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Die Studienergebnisse weisen darauf hin, dass sich Solo-Selbstständige etwas stärker in ihrer unternehmerischen **Existenz bedroht** fühlten als die Inhaber/innen von KMU (70 % zu 65 %). Bezüglich der **Auftragslage** haben 65 % der Solo-Selbstständigen und sogar 71 % der KMU einen Auftragsrückgang angegeben (Abbildung 20). Auffällig war, dass außerdem 29 % der Solo-Selbstständigen ihren Gewerbebetrieb aufgrund von COVID-19 komplett einstellen mussten, wohingegen dies bei 19 % der KMU der Fall war.

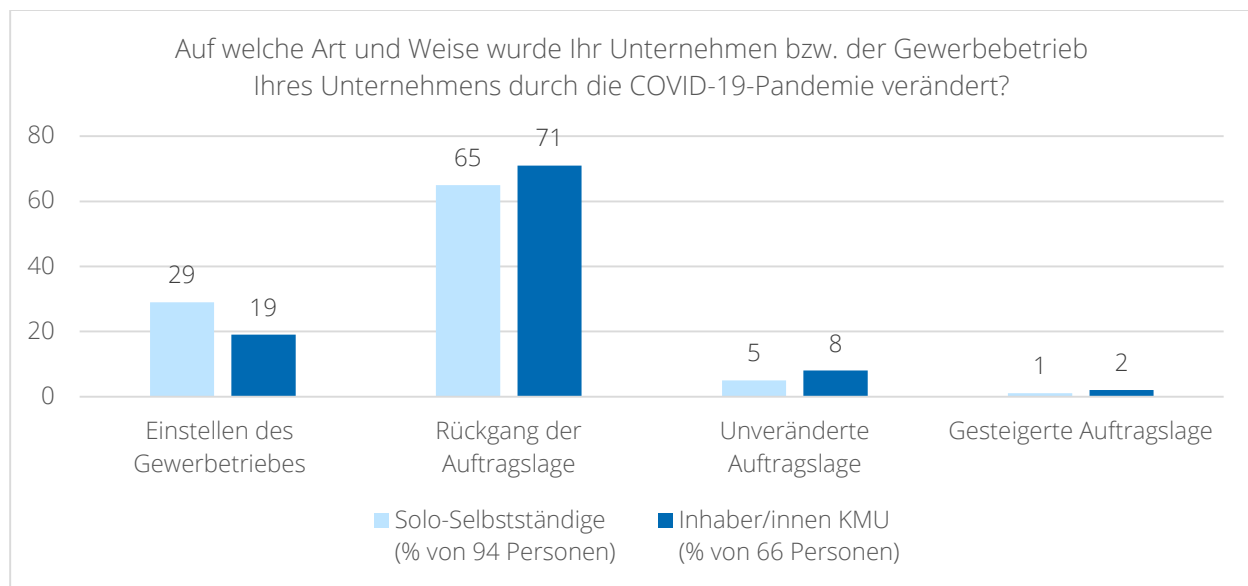


Abbildung 20

Darüber hinaus gab mit Blick auf die **Gesamtveränderung** über ein Viertel (28 %) der sächsischen Solo-Selbstständigen an, dass COVID-19 ihr Unternehmen voll und ganz veränderte. Im Vergleich dazu waren es bei den KMU knapp 15 %.

Als häufigstes unternehmensbezogenes **Problemfeld** wurde in beiden Unternehmergruppen die finanzielle Aufrechterhaltung des Unternehmens berichtet (46 % Solo-Selbstständige vs. 50 % KMU). Bei den Solo-Selbstständigen folgten die Schwierigkeiten durch keine bzw. verzögerte Zahlung von Kunden (19 %) und die erschwerte Versorgung mit Materialien und Gütern (12 %). Hingegen zeigte sich als zweithäufigstes Problem in der Gruppe der KMU, die eigenen Angestellten nicht mehr bzw. bald nicht mehr bezahlen zu können (46 %), gefolgt von der Schwierigkeit, keine bzw. eine verzögerte Zahlung von Kunden zu erhalten (19 %).

2.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie

Aufgrund der COVID-19-Pandemie **änderte** etwas mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmer/innen in Sachsen ihre unternehmensbezogenen **Pläne** (siehe Kapitel 1.1.1). Bei den Solo-Selbstständigen passten 52 % ihre Pläne der Pandemie an, bei den KMU waren es sogar 59 %, wovon 28 % dies bereits im Januar und Februar 2020 taten. Von insgesamt 49 Solo-Selbstständigen, die ihre Pläne adaptierten, änderte der Großteil von 39 % die unternehmensbezogenen Pläne erst Mitte bis Ende März 2020. Daraus lässt sich schließen, dass sich KMU etwas schneller mit der COVID-19-Krise auseinandersetzten als die Solo-Selbstständigen.

Hinsichtlich der wahrgenommenen **neuen Geschäftsmöglichkeiten** in den Zeiten von COVID-19 berichteten die Befragten, dass sich sowohl für die Mehrheit der Solo-Selbstständigen (83 %) als auch für KMU (82 %) keine neuen Geschäftsmöglichkeiten durch COVID-19 eröffneten.

Aktuelle Untersuchungen weisen darauf hin, dass digitalisierte Unternehmen deutlich krisenresistenter sind und seltener unter den negativen Konsequenzen von COVID-19 leiden⁶. Über drei Viertel der Solo-Selbstständigen

⁶ Bertschek, I. & Erdsiek, D. (2020). Soloselbstständigkeit in der Corona-Krise. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise. *ZEW-Kurzexpertise*, (20-08). http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/ZEWKurzexpertisen/ZEW_Kurzexpertise 2008.pdf

(82 %) und knapp zwei Drittel der KMU (65 %) nutzten keine Möglichkeit eines Online-Handels zum Zeitpunkt der Befragung. Jeweils nur ein geringer Anteil (13 % Solo-Selbstständige vs. 11 % KMU) etablierte einen Online-Handel oder Lieferservice aufgrund der Pandemie (Abbildung 21).

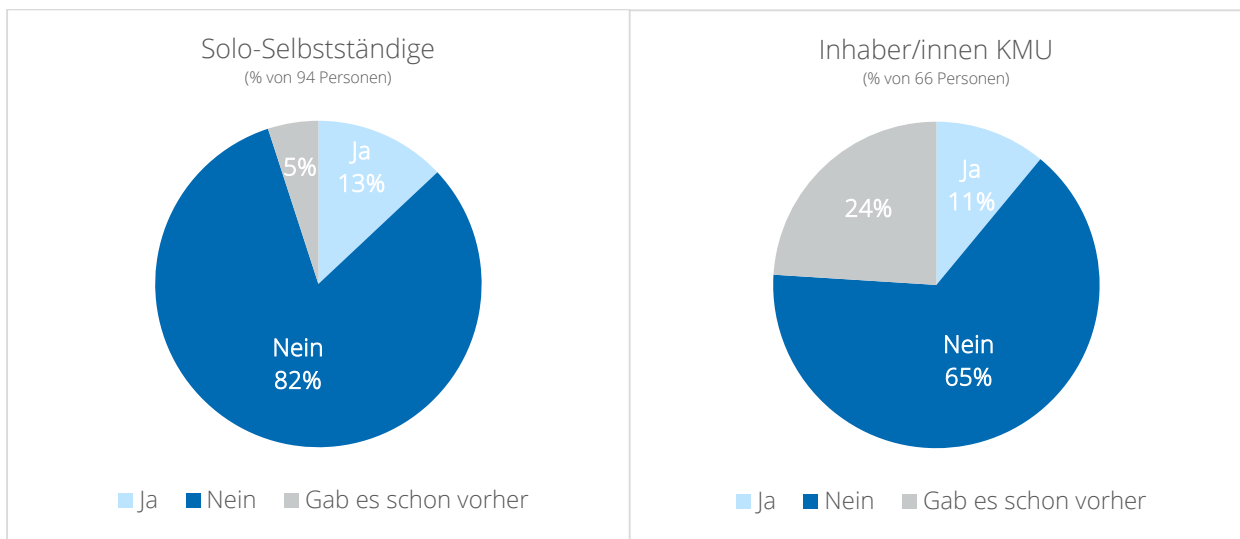


Abbildung 21

Die COVID-19-Pandemie beeinflusste zudem den **Hauptarbeitsplatz** der Befragten (Abbildung 22). Zwar konnte circa die Hälfte der KMU (51 %) den bisherigen Arbeitsplatz weiterhin besuchen, dies war jedoch bei nur 18 % der Solo-Selbstständigen der Fall. Im Vergleich zeigte sich außerdem, dass Solo-Selbstständige schon vor der Pandemie mehr von zuhause aus arbeiteten (34 % Solo-Selbstständige vs. 19 % KMU). Der Anteil an Unternehmer/innen, der aufgrund der Pandemie zum Zeitpunkt der Befragung ihre Arbeit komplett ins Home-Office verlegen musste, war bei den KMU größer (21 %) als bei den Solo-Selbstständigen (13 %). Jedoch gab mehr als ein Drittel (35 %) der Solo-Selbstständigen an, aufgrund von COVID-19 gar nicht arbeiten zu können, im Gegensatz zu 9 % bei den KMU.

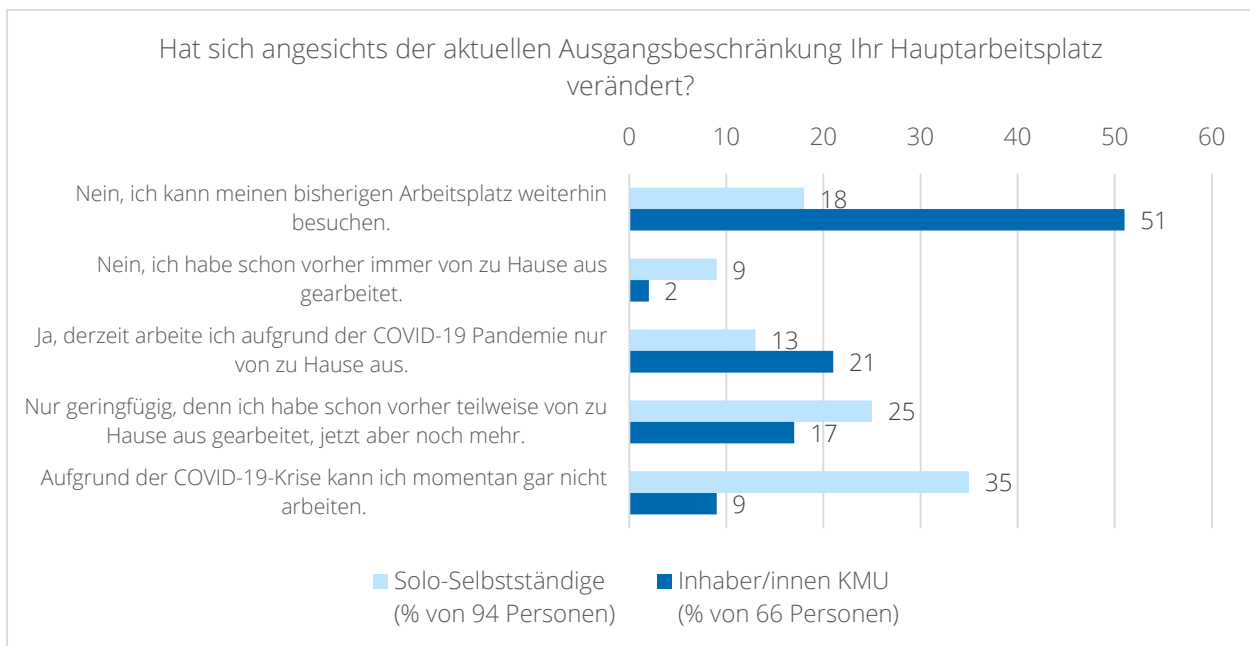


Abbildung 22

Bezüglich der Inanspruchnahme **staatlicher Unterstützungsprogramme** zeigte sich, dass die Mehrheit beider Unternehmergruppen die zur Verfügung gestellten *Hilfspakete* für Unternehmer/innen nutzten (59 % Solo-Selbstständige vs. 68 % KMU). *Bundeszuschüsse* oder *Soforthilfe vom Bund* konnten dabei als das am häufigsten beantragte Hilfsprogramm der Solo-Selbstständigen (76 % von 55 Personen) identifiziert werden. Die KMU aus Sachsen griffen vorrangig auf Bundeszuschüsse zurück (56 % von 45 Personen), gefolgt von der Beantragung des *Kurzarbeitergeldes für Angestellte* (31 % von 45 Personen).

2.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven

Mit Blick auf die Zukunft des eigenen Unternehmens zeigten beide Unternehmergruppen ähnlich **optimistische Erwartungen**. So nehmen 72 % der Solo-Selbstständigen und 82 % der KMU an, dass sich ihr Unternehmen von vor der Krise erholen wird (Abbildung 23). Im Vergleich stellten sich die KMU dennoch als etwas optimistischer heraus. Sie waren zum einen eher der Annahme, dass ihr Unternehmen innerhalb kurzer Zeit nach der Krise wieder auf das Niveau vor der Krise zurückkehren wird (35 % Solo-Selbstständige vs. 43 % KMU) und zum anderen gingen sie eher davon aus, dass ihr Unternehmen nach der Krise gewachsen und größer sein wird als zuvor (11 % Solo-Selbstständige vs. 17 % KMU).

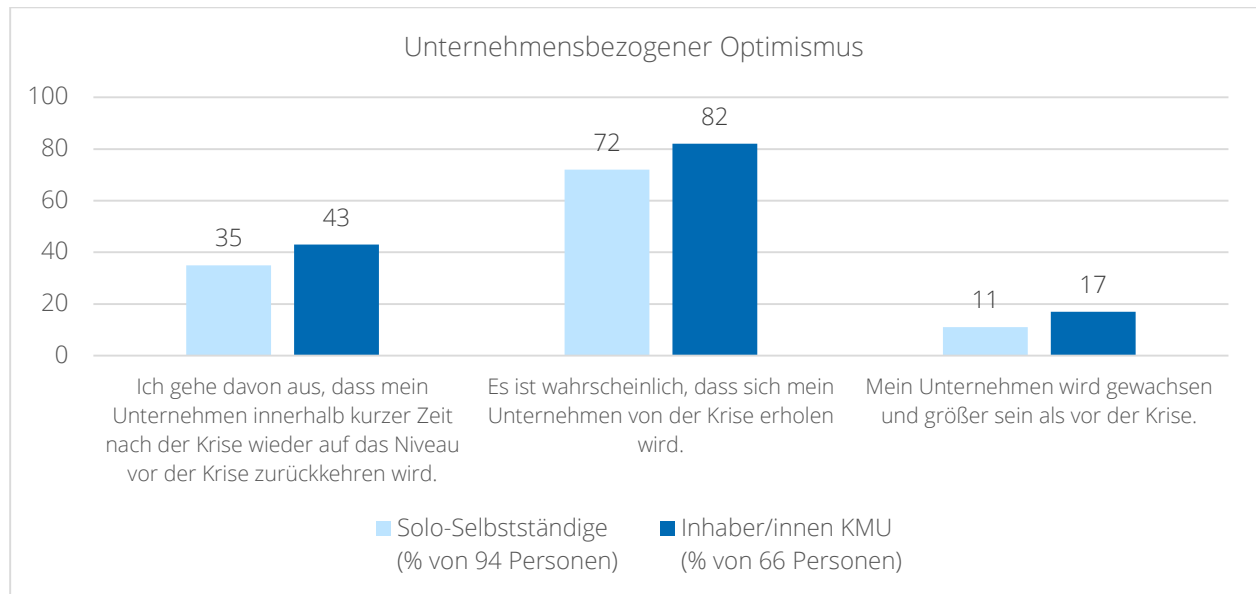


Abbildung 23

Weiterhin gaben beide Unternehmergruppen an, dass die COVID-19-Pandemie **langfristig** eher weniger positive **Auswirkungen** auf ihr Unternehmen haben wird. Die KMU waren jedoch zuversichtlicher, dass sich die Pandemie langfristig auch positiv auf ihr Unternehmen auswirken könnte (22 % Solo-Selbstständige vs. 40 % KMU).

Bezüglich des **Planungshorizontes** zeigte sich, dass zum Zeitpunkt der Befragung fast die Hälfte aller Solo-Selbstständigen nicht länger als drei Monate im Voraus für ihr Unternehmen plante (48 % Solo-Selbstständige vs. 38 % KMU). Unternehmerische Zukunftspläne über ein Jahr hinaus besaßen 32 % der KMU und 20 % der Solo-Selbstständigen. Dieser Aspekt deutet darauf hin, dass KMU trotz der COVID-19-Pandemie tendenziell etwas weiter vorausplanten.

Im Hinblick auf die Einschätzung der **finanziellen Ressourcen** erwiesen sich die Antworten der Solo-Selbstständigen und der KMU als identisch. Nahezu die Hälfte beider Unternehmergruppen (jeweils 47 %) gab an, dass sie angesichts der derzeitigen Lage ihr Unternehmen nicht länger als einen Monat bis drei Monate aufrechterhalten können, bis die finanziellen Mittel ausgehen. KMU waren etwas zuversichtlicher als die Solo-Selbstständigen (18 % Solo-Selbstständige vs. 27 % KMU) in Anbetracht ausreichender finanzieller Ressourcen zur Aufrechterhaltung des Unternehmens über ein halbes Jahr hinaus.

2.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

2.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie

Mit Blick auf die **pandemiebezogenen Stressoren** in den vier Wochen vor der Befragung ließ sich feststellen, dass sich beide Unternehmergruppen zum Großteil „wenig“ bis „sehr wenig“ **Sorgen um ihre Gesundheit** und/oder die ihrer Familie machten (53 % Solo-Selbstständige und 67 % KMU) (Abbildung 24, links). Aufgrund der COVID-19-bedingten einschränkenden Maßnahmen berichteten mehr Solo-Selbstständige als KMU (33 % zu 18 %) über „starke“ und „sehr starke“ Frustration und Langweile aufgrund der sozialen Distanzierung und **Isolation** (Abbildung 24, rechts).

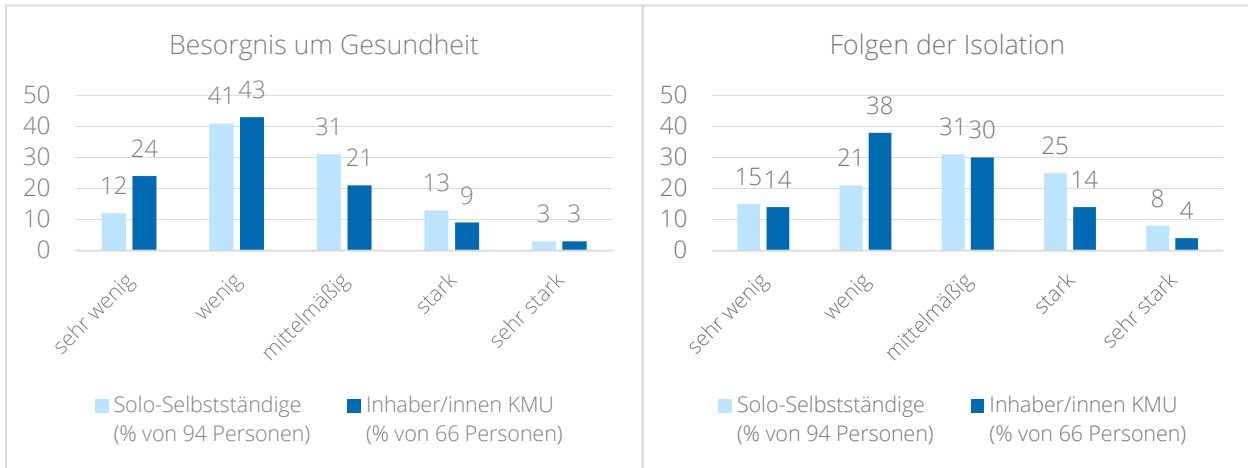


Abbildung 24

Angesichts der Arbeitsstressoren in den letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung zeigte sich, dass 38 % der Solo-Selbstständigen und 44 % der KMU bei der Arbeit einer „starken“ bis „sehr starken“ **emotionalen Belastung** ausgesetzt waren (Abbildung 25, links). Im Gegensatz dazu gaben 79 % der Solo-Selbstständigen und 73 % der KMU an, sich bei der Arbeit „stark“ bis „sehr stark“ **kognitiv belastet** zu fühlen (Abbildung 25, rechts).

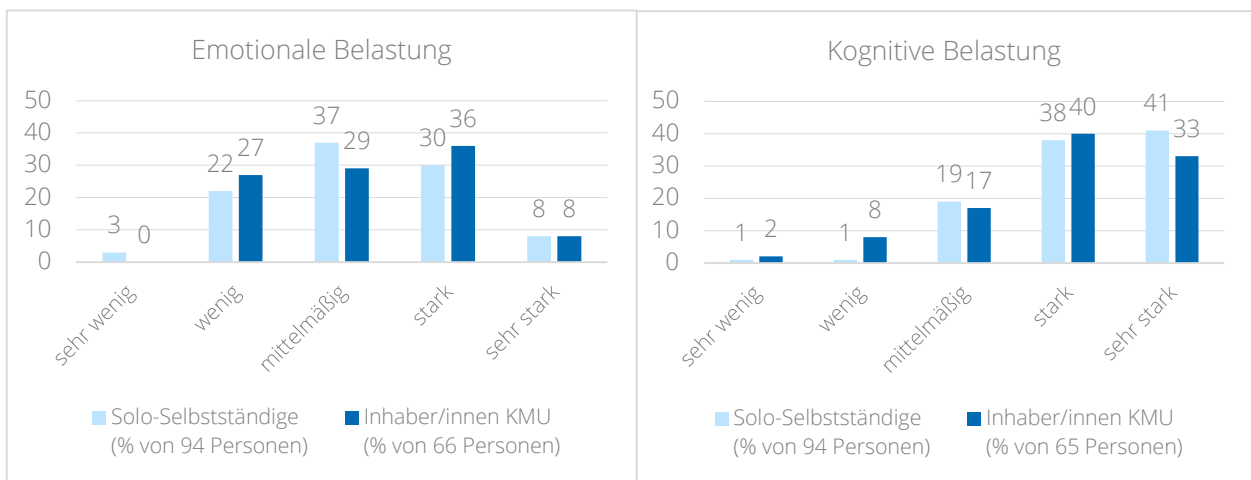


Abbildung 25

Darüber hinaus berichteten 39 % der Solo-Selbstständigen und 36 % der Inhaber/innen von KMU, dass sie sich „mittelmäßig“ durch **Unsicherheit** (z. B. unvorhergesehene Ereignisse bei der Arbeit) in den vier Wochen vor der Befragung bedroht sahen (Abbildung 26, links). Des Weiteren gaben 57 % der Solo-Selbstständigen und 76 % der Inhaber/innen von KMU an, „wenig“ bis „sehr wenig“ von **Einsamkeit** bei der Arbeit und fehlender sozialer Unterstützung betroffen zu sein (Abbildung 26, rechts).

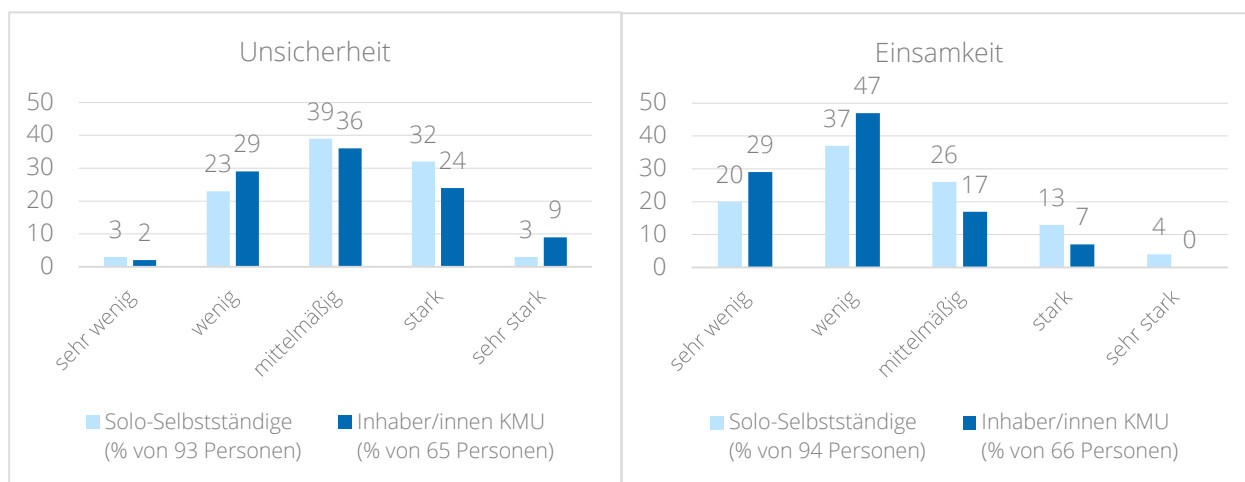


Abbildung 26

2.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

Bezogen auf die letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung berichteten 70 % der Solo-Selbstständigen und 77 % KMU von einer „hohen“ bis „sehr hohen“ **Arbeitszufriedenheit** (Abbildung 27). Damit einhergehend zeigten beide Unternehmergruppen ein „hohes“ bis „sehr hohes“ **arbeitsbezogenes psychologisches Wohlbefinden** (75 % Solo-Selbstständige und 83 % KMU) und erlebten somit trotz der Pandemie persönliches Wachstum und Selbstrealisierung bei der Arbeit. Diese Befunde stehen im Einklang mit bereits etablierten Forschungsergebnissen, die zeigen, dass sich Unternehmer/innen im Allgemeinen glücklich und zufrieden mit ihrer Arbeit fühlen⁷.

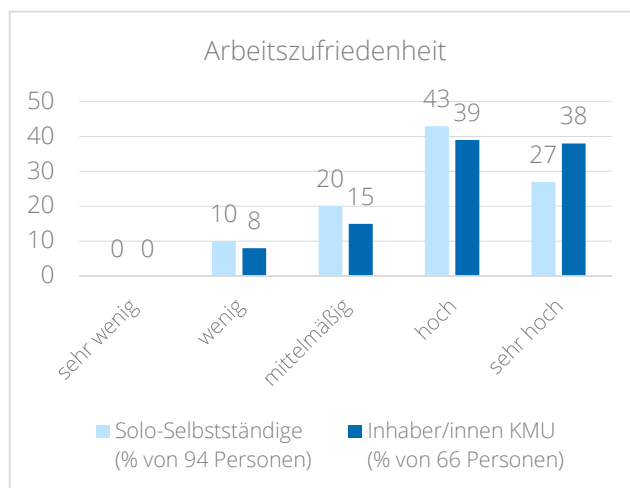


Abbildung 27

Hinsichtlich des **Stresserlebens** in den letzten vier Wochen und der Einschätzung der allgemeinen **Lebenszufriedenheit** (Abbildung 28) zum Zeitpunkt der Untersuchung berichteten über die Hälfte der Solo-Selbstständigen (64 %) und der KMU (56 %) ein „mittelmäßiges“ Stresserleben und eine „hohe“ Lebenszufriedenheit (60 % Solo-Selbstständige vs. 63 % KMU). Im Gegensatz dazu war nur ein sehr geringer Teil der befragten sächsischen Unternehmer/innen zu diesem Zeitpunkt nicht mit ihrem Leben zufrieden (13 % Solo-Selbstständige vs. 10 % KMU).

⁷ z. B.: Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' Mental Health and Well-Being: A Review and Research Agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290–322.

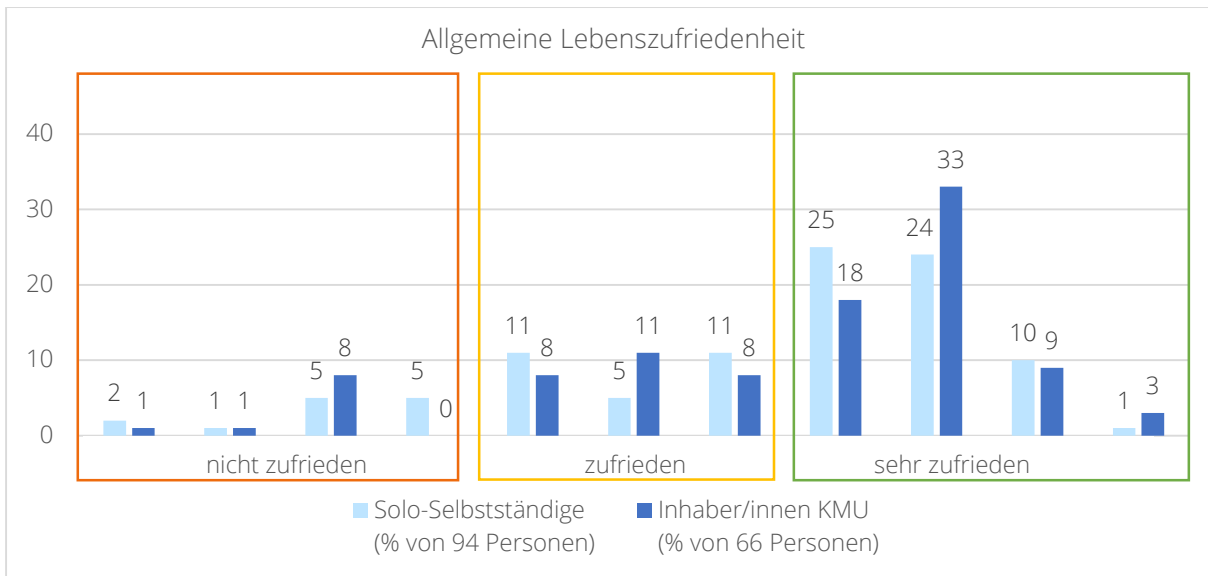


Abbildung 28

Zu den persönlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie gehört außerdem die mit der **Kinderbetreuung** einhergehende Belastung, sofern keine Kinder-Notbetreuung zur Verfügung stand. Den Ergebnissen dieser Studie zufolge berichtete der Großteil der befragten KMU, dass sich zum Zeitpunkt der Untersuchung Kinder zu Hause aufhielten (49 %), wohingegen dies nur bei 32 % der Solo-Selbstständigen der Fall war.

3. Unternehmer/innen aus dem restlichen Bundesgebiet

Im dem dritten Kapitel werden jene Studienergebnisse dargestellt, die sich auf 107 Unternehmer/innen aus den Bundesländern Baden-Württemberg (16 Personen), Bayern (11 Personen), Berlin (13 Personen), Brandenburg (8 Personen), Hamburg (5 Personen), Hessen (5 Personen), Mecklenburg-Vorpommern (4 Personen), Niedersachsen (6 Personen), Nordrhein-Westfalen (14 Personen), Rheinland-Pfalz (3 Personen), Saarland (1 Person), Sachsen-Anhalt (3 Personen), Schleswig-Holstein (3 Personen) und Thüringen (15 Personen) beziehen. Dazu werden die Ergebnisse der Studie für all diese Bundesländer zusammenfassend dargestellt. Eine differenzierte Darstellung pro Bundesland ist aufgrund der geringen Stichprobengröße nicht möglich. Aus diesem Grund wurden die Ergebnisse zusammenfassend für die Inhaber/innen von KMU (35 %; 38 Personen) und für die Solo-Selbstständigen (65 %; 69 Personen) präsentiert. Eine Ausnahme bilden Fragen, welche sich ausschließlich auf die eine oder die andere Unternehmergruppe beziehen.

3.1 Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

81 % der Befragten aus dem restlichen Bundesgebiet (86 Personen) gaben an, dass die COVID-19-Pandemie die **Existenz** ihres Unternehmens **bedrohte** (Abbildung 29).

Diese Existenzbedrohung kann mitunter zu personellen Veränderungen im Unternehmen führen. So gaben mehr als ein Fünftel (24 %; 9 Personen) der Befragten an, dass sie aufgrund der COVID-19-Pandemie **Personal** entlassen mussten.

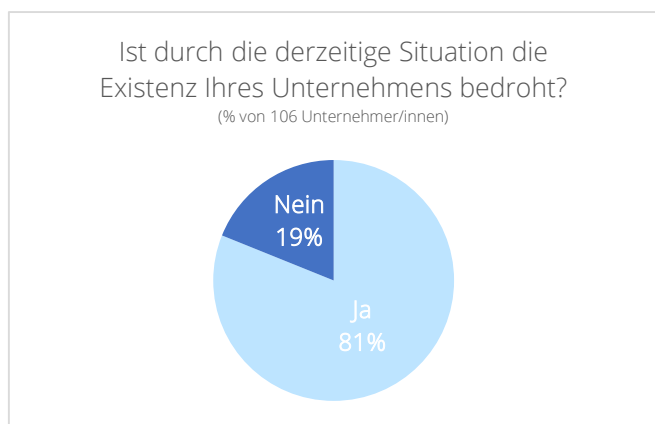


Abbildung 29

Zudem verzeichneten drei Viertel aller Befragten (75 %; 79 Personen) einen Rückgang ihrer Auftragslage, während etwas mehr als ein Fünftel ihren **Gewerbebetrieb einstellen** musste (21 %; 22 Personen). Im Gegensatz dazu berichteten 3 % (3 Personen) von einer unveränderten Auftragslage (Abbildung 30).

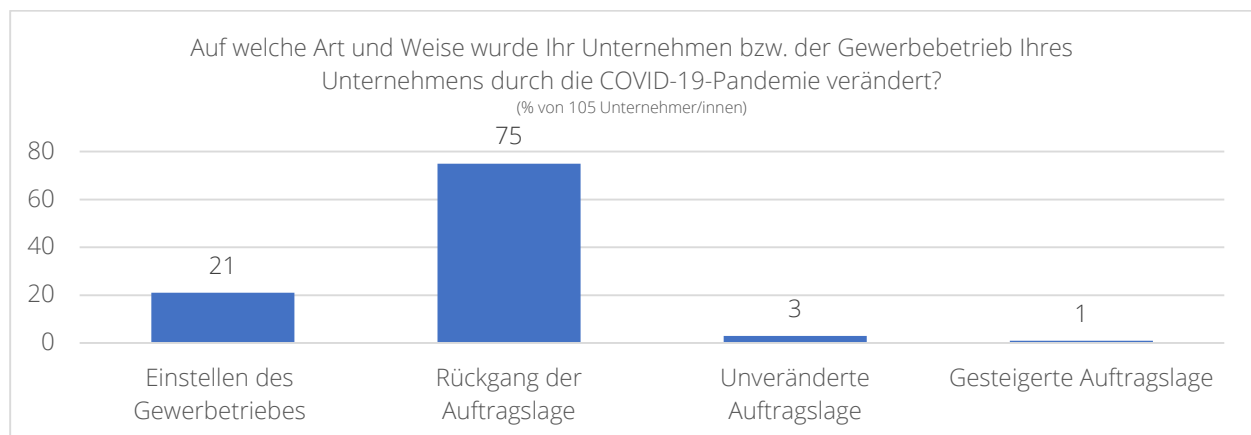


Abbildung 30

Insgesamt berichtete die Mehrheit der Befragten, dass die COVID-19-Pandemie ihr Unternehmen eher **verändert** hat. Mehr als ein Viertel aller Befragten (28 %; 30 Personen) gaben an, dass sich ihr Unternehmen „völlig“ durch die COVID-19-Pandemie veränderte (Abbildung 31).

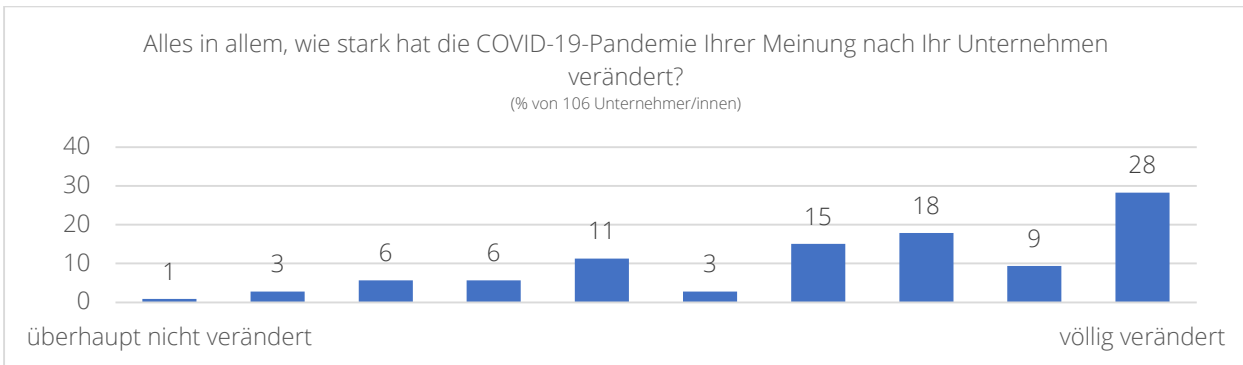


Abbildung 31

Bezüglich der COVID-19-bedingten **Problembereiche** des Unternehmens berichteten 35 % (51 Personen) der Befragten überwiegend mit der finanziellen Aufrechterhaltung ihres Unternehmens konfrontiert zu sein (Abbildung 32). Außerdem gab jeweils circa ein Fünftel an, dass sie Probleme bei der Bezahlung ihrer Angestellten hatten (17 %; 25 Personen) sowie keine oder eine verzögerte Bezahlung von Seiten der Kund/innen erhielten (22%; 32 Personen). Engpässe bei der Versorgung mit Gütern und Materialien (11 %; 15 Personen) sowie mangelnde finanzielle Ressourcen, um die Lieferant/innen bezahlen zu können (3 %; 5 Personen), wurden als weitere Probleme aufgrund der COVID-19-Pandemie aufgeführt.

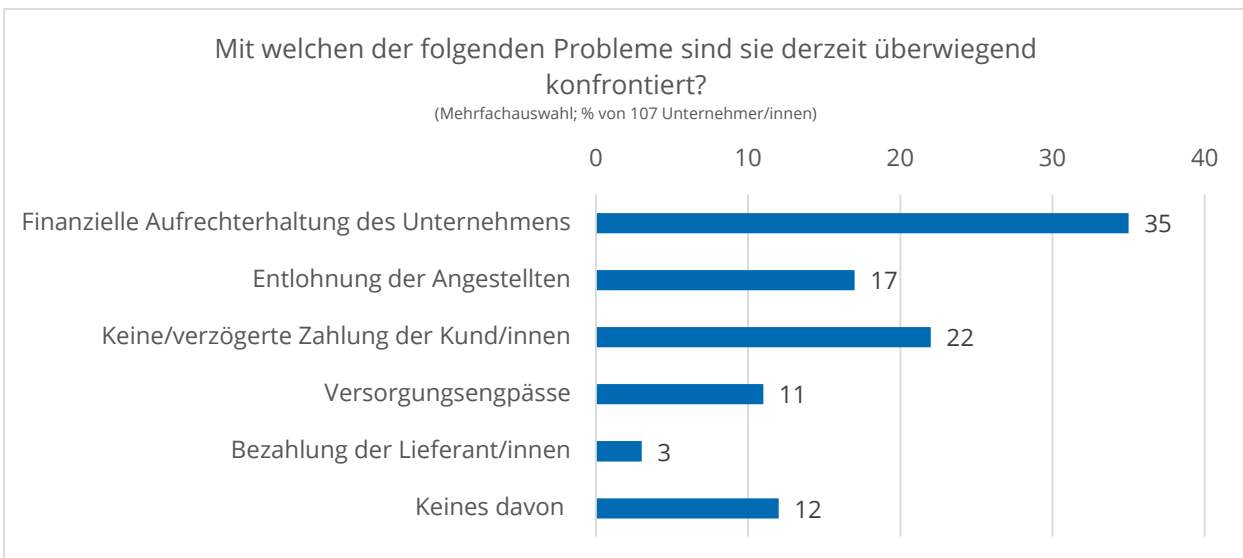


Abbildung 32

In einem offenen Antwortformat wurden die Unternehmer/innen außerdem nach weiteren Problemen gefragt, mit denen sie während der COVID-19-Pandemie konfrontiert waren. Hierbei wurden folgende Herausforderungen geschildert: a) Auftragsrückgang bzw. Absagen von Aufträgen und damit verbundene Umsatzeinbrüche, b) Fehlender Kundenverkehr durch Ausgangsbeschränkungen, Verlust der Stammkunden und mangelnde Akquise von Neukunden, c) Keine oder nur eingeschränkt ausführbare Dienstleistungen, d) Einkommensverluste, Probleme bei der Finanzierung des Lebensunterhaltes und Existenzängste, e) Betreuung von Kindern und Angehörigen (Work-Life-Konflikt) und f) Unvorhersehbarkeit der COVID-19-Maßnahmen der Regierung und schnell erforderliche Reaktion darauf.

3.2 Reaktionen auf die COVID-19-Pandemie

3.2.1 Kurzfristige Unternehmensstrategien

Die Befragung zeigte, dass 65 % (69 Personen) der Befragten aus dem restlichen Bundesgebiet aufgrund der COVID-19-Pandemie ihre **Pläne** für das Unternehmen änderten oder alternative Pläne entwickelten (Abbildung 33). Die Mehrheit (44 %; 30 Personen) hat erst Anfang bis Mitte März 2020 auf die durch die COVID-19-Pandemie veränderte Situation reagiert. Circa 27 % (19 Personen) hatten die neue Situation bereits zwischen Januar und Februar 2020 als Anlass für alternative Pläne im Unternehmen wahrgenommen. Lediglich 6 % (4 Personen) der Befragten haben ihr Unternehmen erst ab Mitte April oder später an die aufgrund der COVID-19-Pandemie geänderte Situation angepasst.

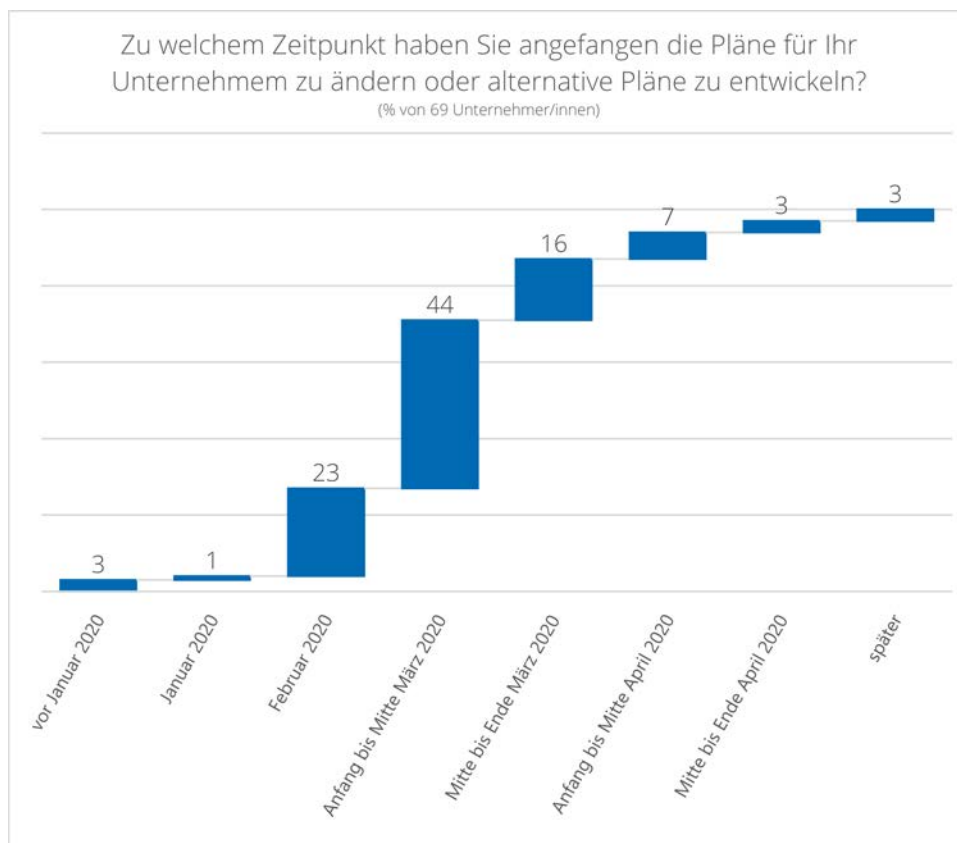


Abbildung 33

Jenseits der Planänderungen für das eigene Unternehmen hat die COVID-19-Pandemie nur 14 % (15 Personen) **neue Geschäftsmöglichkeiten** eröffnet (Abbildung 34). Im Gegensatz dazu gaben 86 % (90 Personen) der Unternehmer/innen an, dass ihnen die Pandemie nicht zu neuen Geschäftsmöglichkeiten verholfen hat und sie die Pandemie somit kurzfristig nicht als Innovationschance wahrgenommen haben.

Die 15 Unternehmer/innen, die aufgrund der COVID-19-Pandemie von neuen Geschäftsmöglichkeiten berichteten, gaben in einem offenen Antwortformat folgende Möglichkeiten an: a) Online-Angebote (z. B. digitale Kommunikation, Online-Seminare, Online-Beratungsdienst, Online-Messe) und b) Neue Geschäftszweige (z. B. COVID-19-Unterstützungsberatung), damit einhergehende Neukunden und Umsatzsteigerung

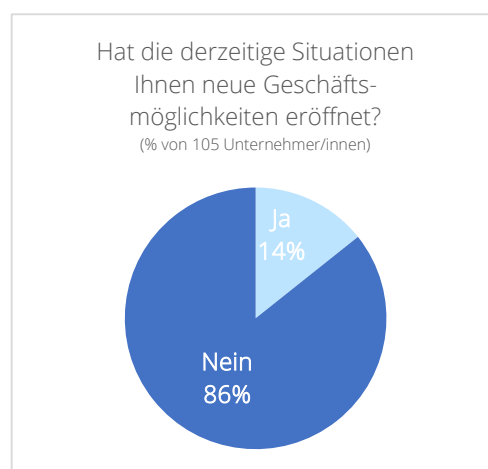


Abbildung 34

Weiterhin wurde untersucht, ob die Befragten ihr Unternehmen aufgrund der COVID-19-Pandemie in einen **Online-Handel oder Lieferservice** ausgeweitet haben (Abbildung 35). Während 10 % (10 Personen) berichteten, dass sie schon vorher einen Online-Handel oder Lieferservice besaßen, gaben 11 % (11 Personen) der Befragten an, dass sie diese Maßnahme während der COVID-19-Pandemie vollzogen haben. 80 % (84 Personen) antworteten jedoch, dass sie ihr Unternehmen nicht aufgrund der Pandemie ausgeweitet haben.

Die COVID-19-Pandemie hatte außerdem Auswirkungen auf den **Hauptarbeitsplatz** der befragten Unternehmer/innen. Bei mehr als einem Viertel der Untersuchungsgruppe (26 %; 27 Personen) änderte sich durch die COVID-19-Pandemie nicht der Hauptarbeitsplatz. Weiterhin gaben 14 % (15 Personen) an, schon vor der Pandemie im Home-Office gearbeitet zu haben. 18 % (19 Personen) arbeiteten vor der COVID-19-Pandemie zumindest bereits teilweise von zuhause aus, dies wurde durch die Pandemie jedoch verstärkt (Abbildung 36). 15 % (16 Personen) der Befragten gaben an, aufgrund der COVID-19-Pandemie im Home-Office zu arbeiten und mehr als ein Viertel der Befragten (27 %; 28 Personen) berichteten, dass sie aufgrund der COVID-19-Krise zum Zeitpunkt der Befragung gar nicht arbeiten konnten.

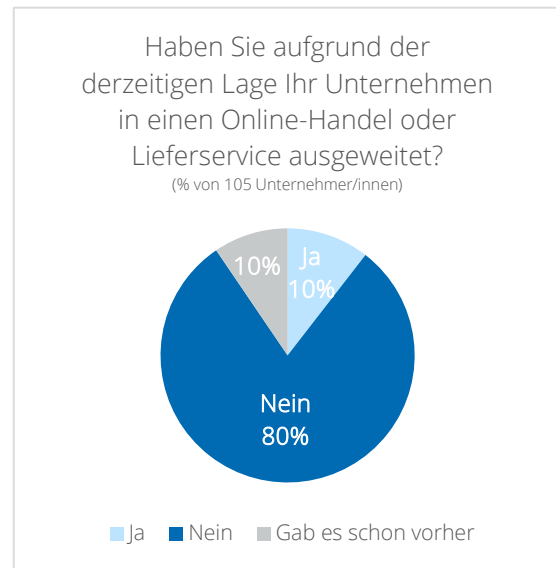


Abbildung 35

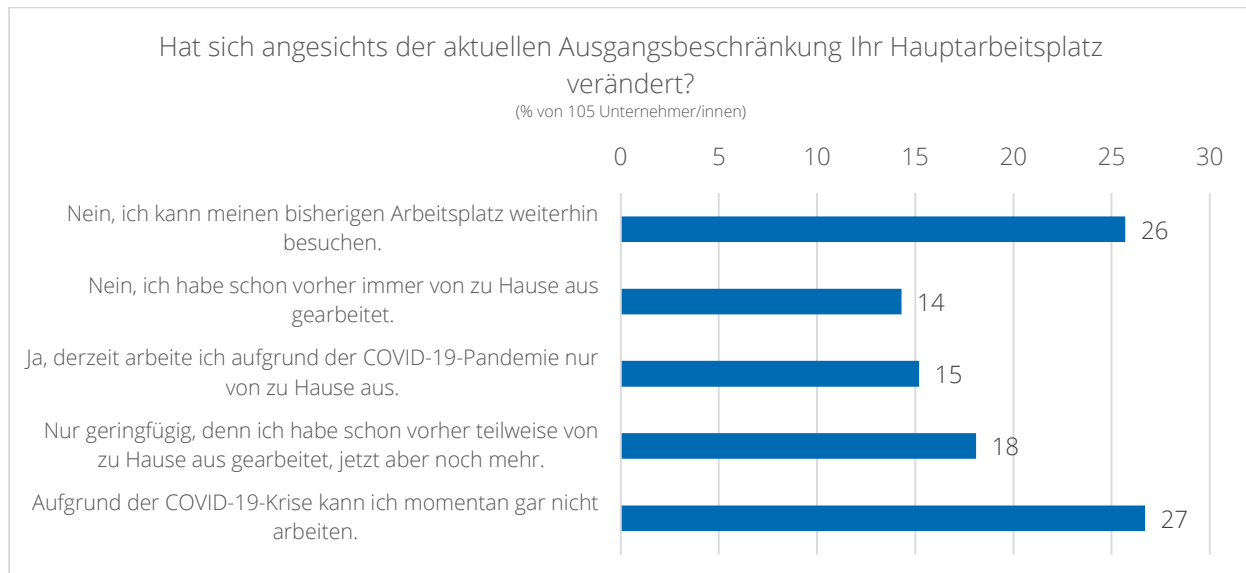


Abbildung 36

3.2 Inanspruchnahme finanzieller Ressourcen

In der Untersuchungsgruppe der Unternehmer/innen aus dem restlichen Bundesgebiet beantragten fast zwei Drittel der Befragten (63 %; 67 Personen) **staatliche Unterstützung** (Abbildung 37, links). Von *Soforthilfe vom Bund* wurde am häufigsten (70 %; 47 Personen) Gebrauch gemacht, gefolgt von *Kurzarbeitergeld für Angestellte* (16 %; 11 Personen) sowie von *Hilfspakete der KfW-Bank oder der Landesbanken* (6%; 4 Personen). Weiterhin nutzten 8 % (5 Personen) der Befragten sonstige Unterstützungsangebote, wie z. B. Arbeitslosengeld II und steuerliche Erleichterungen. 37 % (39 Personen) verzichteten gänzlich auf staatliche Unterstützung (Abbildung 37, rechts).

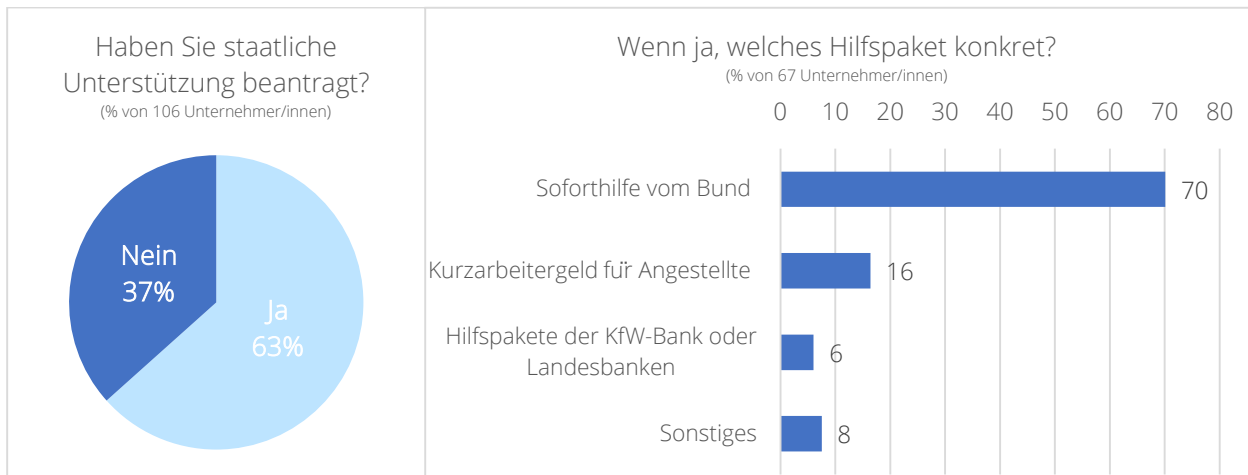


Abbildung 37

3.3 Zukünftige Unternehmensperspektiven

Die Analyse des **unternehmensbezogenen Optimismus** nach der Pandemie ergab (Abbildung 38), dass zwei Drittel (67 %; 70 Personen) der Unternehmer/innen es als wahrscheinlich einschätzten, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird. Mehr als ein Viertel der Befragten (29 %; 30 Personen) gab an, dass ihr Unternehmen innerhalb kurzer Zeit nach der Krise wieder auf das Niveau von vor der Krise zurückkehren wird. 9 % der Befragten (9 Personen) gehen davon aus, dass ihr Unternehmen nach der COVID-19-Pandemie gewachsen und größer sein wird.

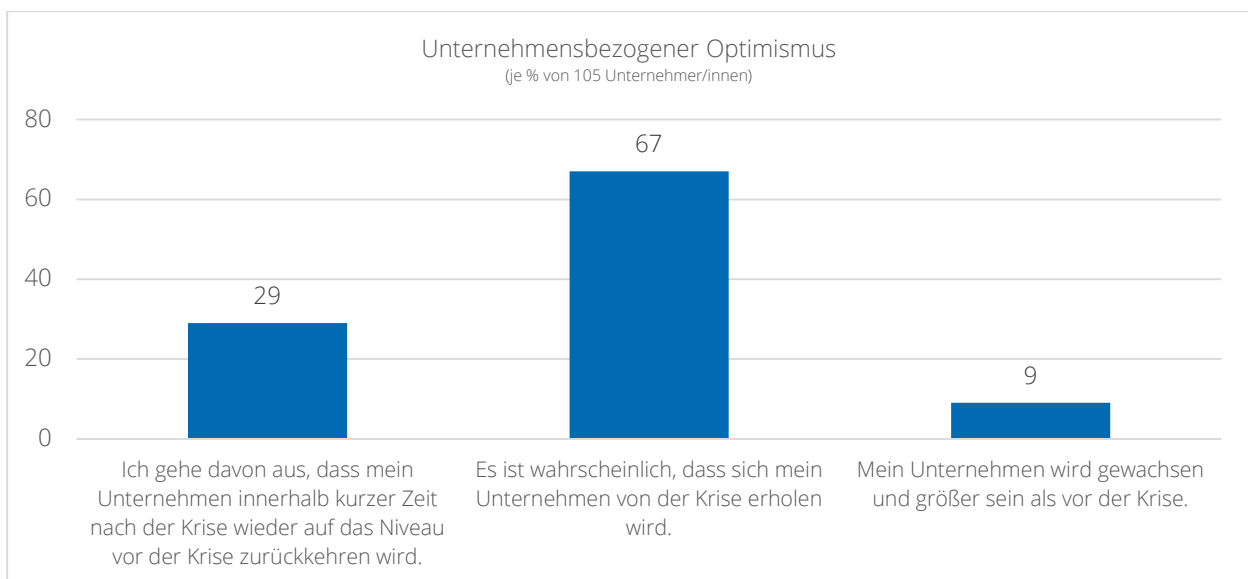


Abbildung 38

Circa drei Viertel (72 %; 76 Personen) aller Befragten konnten sich keine **langfristigen positiven Auswirkungen** der COVID-19-Pandemie auf ihr Unternehmen vorstellen (Abbildung 39). 29 Unternehmer/innen (28 %) konnten sich positive Auswirkungen der Pandemie vorstellen. Diese lassen sich in folgende Aspekte gliedern: a) Verstärkte Digitalisierung (z. B. Ausbau von Online-Angeboten, digitale Kommunikation, Arbeit im Home-Office), b) Innovation (z. B. neue Produkte, Angebote, Geschäftsmöglichkeiten, Beratungsthemen), c) Höherer Beratungs- und Weiterbildungsbedarf sowie mehr Aufträge (z. B. Beratung zu Nachhaltigkeit, Umgang mit Krisen, Betriebshygiene), d) Mehr Zeit für Familie und Freizeit (Work-Life-Balance), e) Weniger Konkurrenz am Markt nach der COVID-19-Pandemie, f) Schnellere Reaktionsfähigkeit in Krisensituationen.

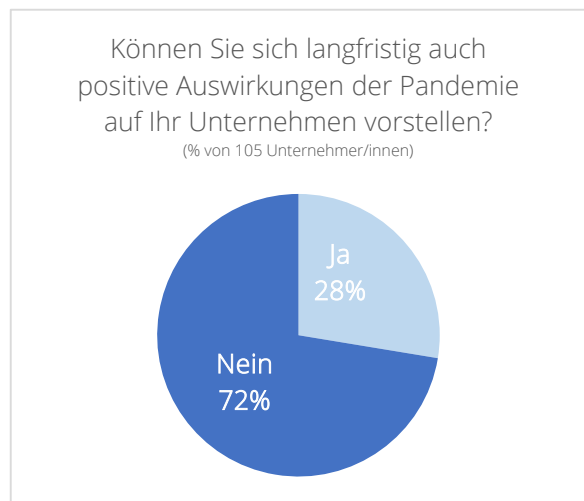


Abbildung 39

In Bezug auf den **Planungshorizont** ergab die Befragung, dass die Mehrheit der Unternehmer/innen (82 %; 86 Personen) die Zukunft ihres Unternehmens zum Zeitpunkt der Untersuchung maximal ein Jahr im Voraus plante (Abbildung 40). Hierbei hatten 61 % (64 Personen) der Befragten unternehmensbezogene Pläne für eine sehr kurze Zeitperspektive von maximal 6 Monaten, während sich die Zukunftspläne von weiteren 21 % (22 Personen) über maximal ein Jahr erstreckten.

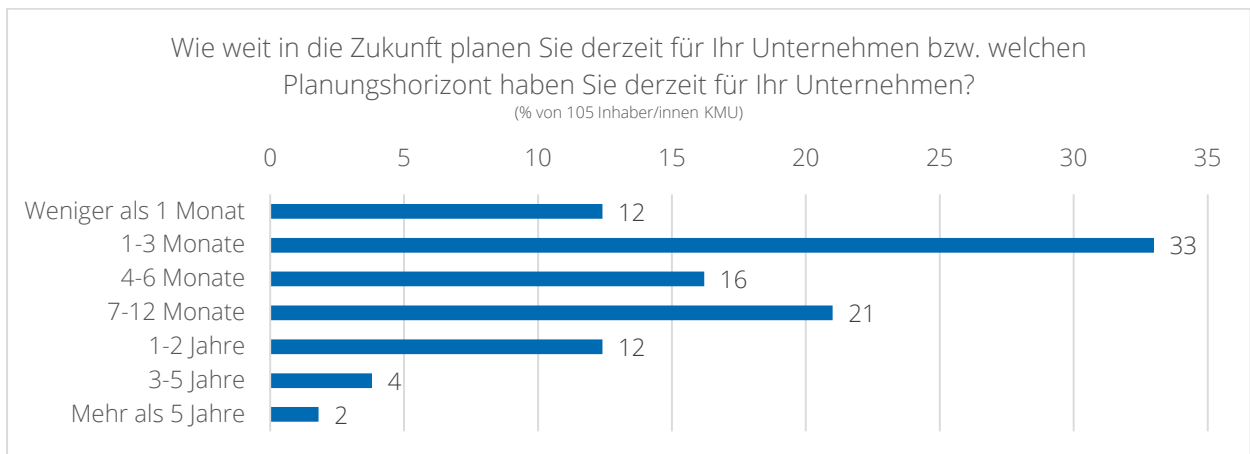


Abbildung 40

Hinsichtlich der **finanziellen Ressourcen** berichteten mehr als die Hälfte der Befragten (60 %; 64 Personen), dass sie beim Fortbestand der COVID-19-Pandemie ihr Unternehmen höchstens drei Monate aufrecht erhalten könnten, bis die finanziellen Mittel ausgehen. 5 % (5 Personen) berichteten sogar, dass ihr Unternehmen weniger als einen Monat Fortbestand hätte. Im Gegensatz dazu antworteten mehr als ein Fünftel der Befragten (21 %; 22 Personen), dass ihre finanziellen Ressourcen noch vier bis sechs Monate ausreichen, während 19 % (20 Personen) davon ausgingen, ihr Unternehmen trotz COVID-19-Pandemie länger als ein halbes Jahr finanzieren zu können (Abbildung 41).

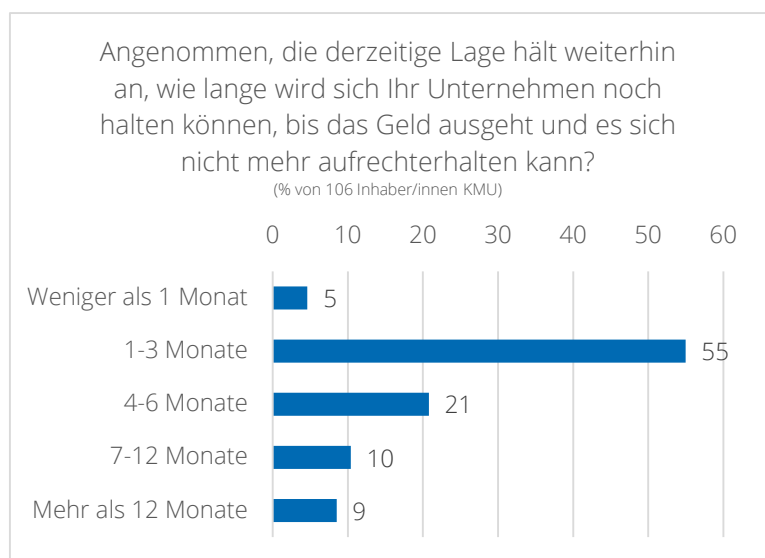


Abbildung 41

3.4 Stressoren und persönliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

3.4.1 Potenzielle Quellen von Stress während der Pandemie

In Hinblick auf die pandemiebezogenen Stressoren in den letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung gaben 46 % (49 Personen) der Unternehmer/innen an, sich „sehr wenig“ bis „wenig“ **Sorgen um die eigene Gesundheit** oder die Gesundheit ihrer Familie zu machen. Im Gegensatz dazu berichtete fast ein Viertel aller Befragten (24 %; 25 Personen) von einer „starken“ bis „sehr starken“ Besorgnis um die Gesundheit (Abbildung 42, links).

Nur 5 % (5 Personen) der Unternehmer/innen schätzten ihren Frust und ihre Langeweile aufgrund der **Isolation** als „sehr stark“ ein. Die relative Mehrheit der Befragten (43 %; 46 Personen) berichtete jedoch, „sehr wenig“ bis „wenig“ davon betroffen zu sein (Abbildung 42, rechts).

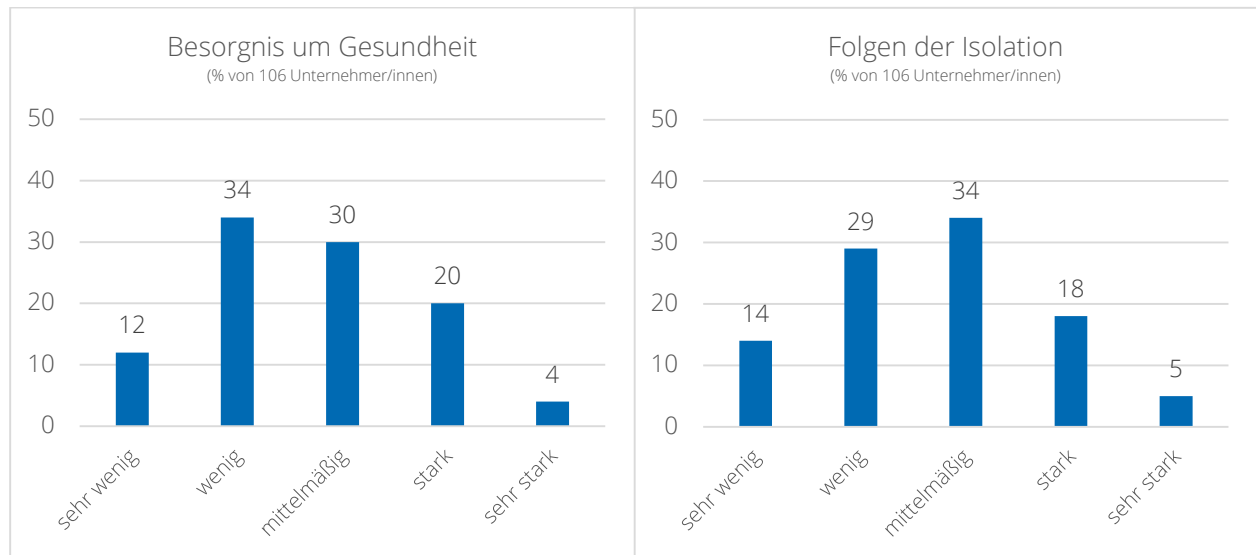


Abbildung 42

Bei der Untersuchung der subjektiv wahrgenommenen Arbeitsstressoren zeigte sich, dass sich die Hälfte aller Unternehmer/innen (50 %; 53 Personen) „stark“ bis „sehr stark“ **emotional belastet** fühlten. Lediglich 22 % (23 Personen) der Befragten gaben an, „wenig“ bis „sehr wenig“ mit emotionalen Belastungen konfrontiert gewesen zu sein (Abbildung 43, links).

In Bezug auf die **kognitive Belastung** berichteten mehr als drei Viertel der Befragten (79 %; 84 Personen), dass sie sich durch die COVID-19-Pandemie „stark“ bis „sehr stark“ kognitiv belastet fühlten. Im Gegensatz dazu waren nur 5 % (5 Personen) „sehr wenig“ bis „wenig“ mit diesem Stressor konfrontiert (Abbildung 43, rechts).

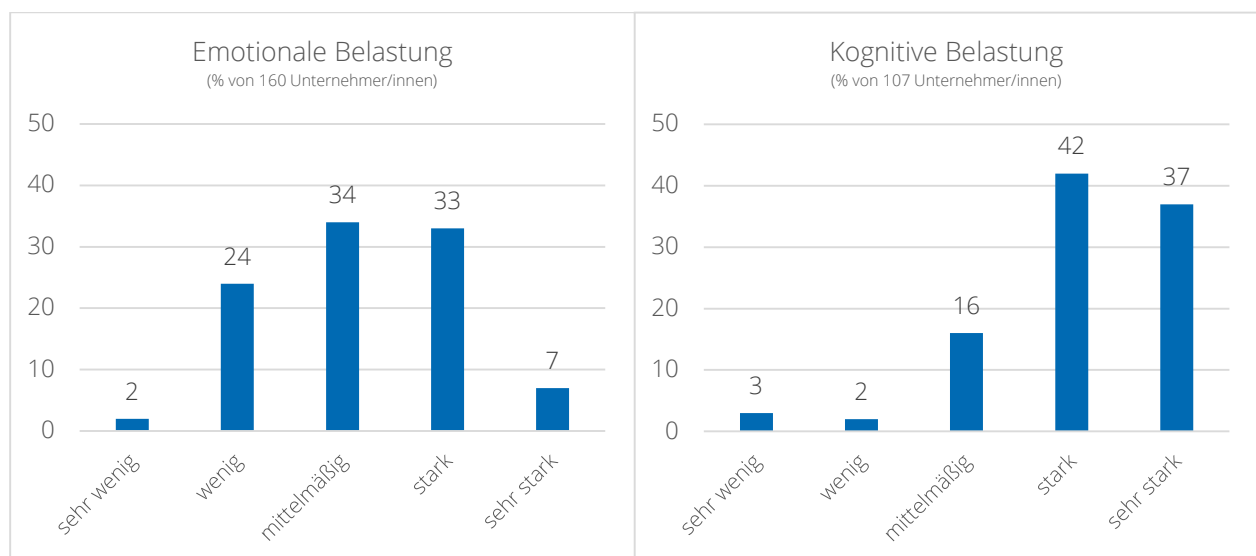


Abbildung 43

Die Befragung zeigte in Hinblick auf die arbeitsbezogene **Unsicherheit**, dass 19 % (20 Personen) „wenig“ dieser Unsicherheit ausgesetzt waren. Circa ein Drittel (32 %; 34 Personen) hatte „mittelmäßig“ mit Unsicherheit zu kämpfen. Circa die Hälfte (49 %; 52 Personen) hat die arbeitsbezogene Unsicherheit als „hoch“ bis „sehr hoch“ eingeschätzt. Niemand bei den Befragten gab an, „sehr wenig“ mit Unsicherheit konfrontiert zu sein (Abbildung 44, links).

Die Untersuchung der subjektiv erlebten **Einsamkeit** bei der Arbeit ergab, dass sich die Hälfte der befragten Unternehmer/innen (50 %; 53 Personen) „sehr wenig“ bis „wenig“ einsam fühlten. Etwas mehr als ein Viertel (27 %; 29 Personen) gaben eine „mittelmäßige“ Einsamkeit an, während 15 % (16 Personen) ihre Einsamkeit als „stark“ und 8 % als „sehr stark“ einschätzten (Abbildung 44, rechts).

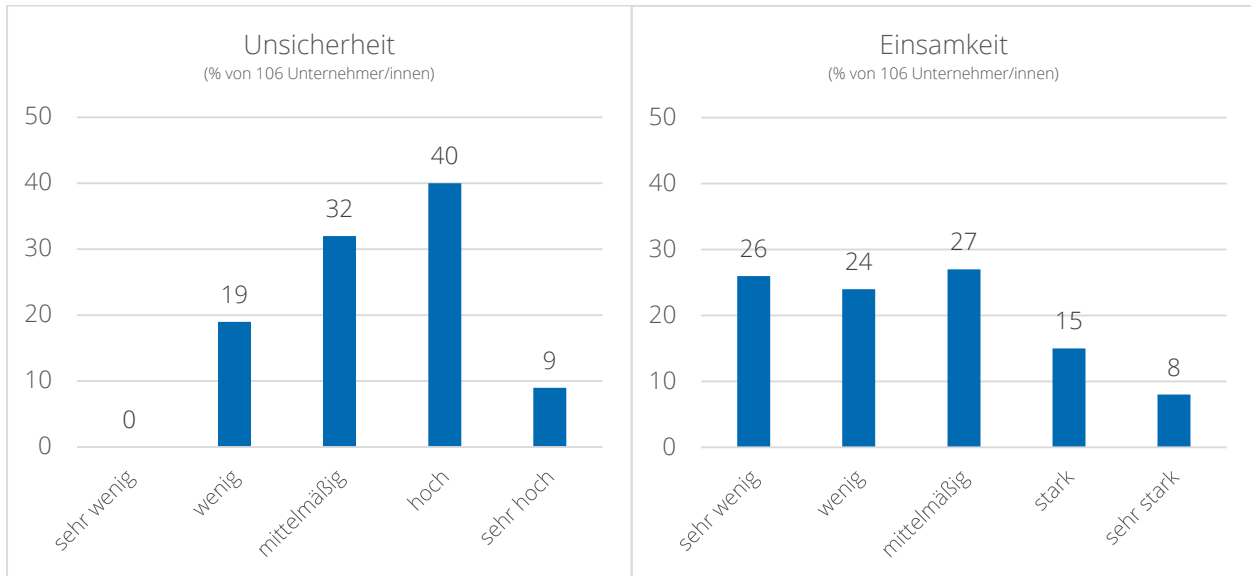


Abbildung 44

3.4.2 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

3.4.2.1 Im Kontext von Arbeit

Trotz der COVID-19-Pandemie beurteilte die Mehrheit der Befragten (68 %; 72 Personen) ihre **Arbeitszufriedenheit** in den letzten vier Wochen als „hoch“ bis „sehr hoch“. Niemand bei den Befragten gab an, „sehr wenig“ mit der Arbeit zufrieden zu sein (Abbildung 45).

Die Mehrheit (69 %; 74 Personen) der Unternehmer/innen schätzte ihr **arbeitsbezogenes psychologisches Wohlbefinden** in den letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung als „hoch“ bis „sehr hoch“ ein. Ein Viertel (25 %; 27 Personen) berichtete von einem „mittelmäßigen“ Wohlbefinden. Im Gegensatz dazu beurteilten lediglich 5 % (5 Personen) der Unternehmer/innen ihr Wohlbefinden bei der Arbeit als „wenig“. Niemand bei den Befragten berichtete, sich „sehr wenig“ wohlgeföhlt zu haben.

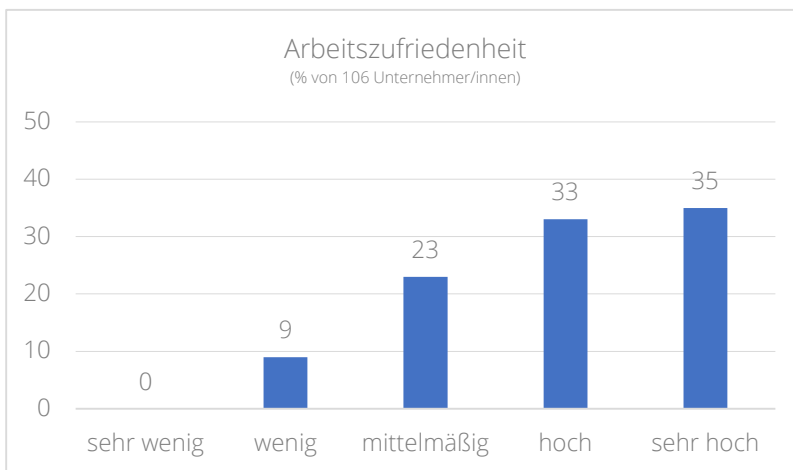


Abbildung 45

3.4.2.2 Im Privatleben

In Hinblick auf die **Lebenszufriedenheit** zum Zeitpunkt der Befragung berichteten 17 % (18 Personen) der Unternehmer/innen gegenwärtig nicht zufrieden mit ihrem Leben zu sein. 30 % der Befragten (32 Personen) gaben eine mittelmäßige Lebenszufriedenheit an. Circa die Hälfte der Befragten (53 %; 56 Personen) gab an, sehr zufrieden mit ihrem Leben zu sein (Abbildung 46).

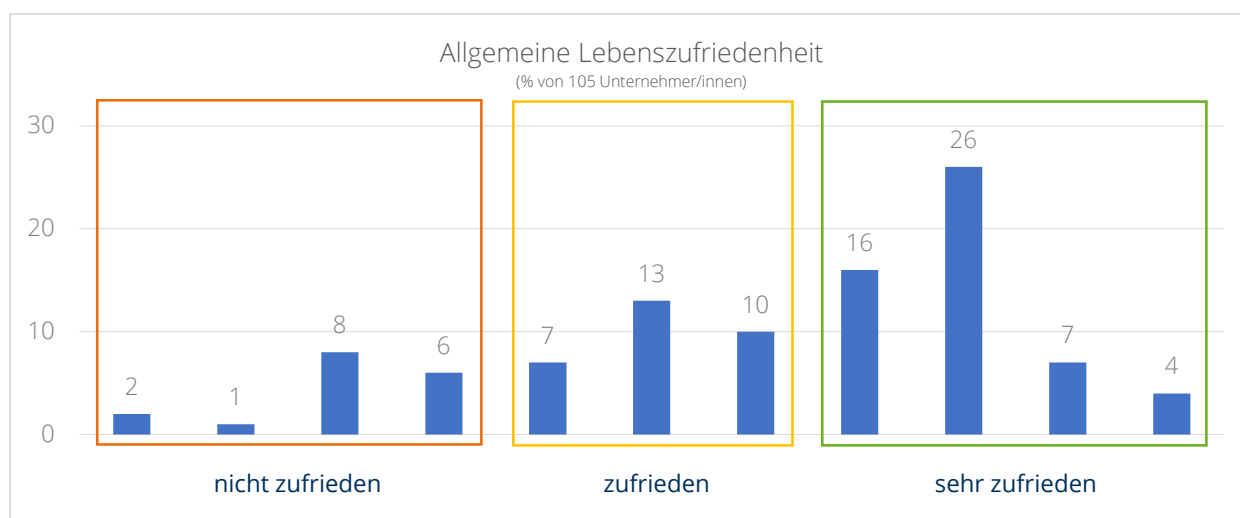


Abbildung 46

Die Analyse des **Stresserlebens** der Unternehmer/innen in den letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung ergab, dass nahezu die Hälfte der Befragten (51 %; 52 Personen) von einem „mittelmäßigen“ Stresserleben berichteten. 25 % (26 Personen) der Untersuchungsgruppe schätzte ihren Stress als „stark“ ein und 24 % (25 Personen) erlebte „wenig“ Stress. Niemand bei den Befragten beurteilte den Stress als „sehr stark“ oder „sehr wenig“ zum Zeitpunkt der Befragung.

In Bezug auf die **Kinderbetreuung** zeigte sich aus der Befragung, dass die Mehrheit der Unternehmer/innen (38 %; 41 Personen) ihre Kinder zu Hause betreuen mussten. Von 2 Personen (2 % der Befragten) befanden sich die Kinder in Notbetreuung. Knapp die Hälfte der Unternehmer/innen (52 %; 56 Personen) berichteten, dass keine Kinder (mehr) in ihrem Haushalt lebten und weitere 8 % (8 Personen) gaben als Betreuungsort „Sonstiges“ (z. B. Schule, Büro) an.

Fazit

Die Ergebnisse unserer Studie verdeutlichen, dass die befragten Unternehmer/innen vor allem von erheblichen Auftragsrückgängen und Umsatzeinbrüchen betroffen sind, die letztendlich die finanzielle Aufrechterhaltung ihres Unternehmens gefährden. Gleichzeitig berichteten die Befragten, dass sie trotz der COVID-19-Pandemie und der damit verbundenen Unsicherheiten zum Großteil zufrieden bei der Arbeit sowie mit ihrem Leben sind. Dies steht im Einklang mit bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnissen, die Unternehmer/innen im Allgemeinen als glücklich und zufrieden mit ihrer Arbeit identifizierten, obwohl ihr Berufsbild häufig mit stressigen Situationen (z. B. Risiko, hohe Verantwortung, lange Arbeitszeiten) assoziiert ist.

Die vorliegende Studie kann als Grundstein für weitere Forschung im Kontext von COVID-19 und Unternehmertum dienen. Es empfiehlt sich, eine Folgerhebung anzuschließen, um die langfristigen Auswirkungen der Pandemie genauer zu analysieren. Darüber hinaus könnte untersucht werden, ob andere Einflussvariablen (z. B. Unternehmensalter, Erfahrung der Geschäftsinhaber/innen, Branche) eine relevante Rolle bei der Bewältigung der COVID-19-Krise spielen.

Basierend auf den Ergebnissen der Studie können neben Empfehlungen für weitere Forschung auch mögliche Implikationen für die Praxis abgeleitet werden. Auch wenn viele der befragten Unternehmer/innen aufgrund der Pandemie auf finanzielle Unterstützungsprogramme zurückgegriffen haben, so überstehen Unternehmen dadurch bestenfalls nur kurzfristig die COVID-19-Krise. Es empfiehlt sich daher, auf mittel- bis langfristige Strategien zu setzen und das Unternehmen möglichst zukunftsorientiert aufzustellen. In diesem Zusammenhang lassen die von den Befragten vorgeschlagenen potentiellen neuen Geschäftsmöglichkeiten schlussfolgern, dass der Ausbau von Digitalisierung im Unternehmen (z. B. Online-Handel, digitale Vernetzung und Kommunikation, Home-Office, Social-Media-Marketing) einen möglichen Ansatz bietet.

Wir weisen darauf hin, dass die vorliegende Studie lediglich einen ersten Schritt darstellt, um die tatsächlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf deutsche Unternehmer/innen und ihre Unternehmen zu verstehen.

Literaturverzeichnis

- Bertschek, I. & Erdsiek, D. (2020). Soloselbstständigkeit in der Corona-Krise. Digitalisierung hilft bei der Bewältigung der Krise. *ZEW-Kurzexpertise*, (20-08). http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/ZEWKurzexpertisen/ZEW_Kurzexpertise_2008.pdf
- Block, J. H., Fisch, C. & Hirschmann, M. (2020). Solo self-employed individuals and bootstrap financing in the COVID-19 crisis. *Social Science Research Network (SSRN)*, 3598818. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3598818>
- Culbertson, S. S., Fullagar, C. J. & Mills, M. J. (2010). Feeling good and doing great: The relationship between psychological capital and well-being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(4), 421–433. <https://doi.org/10.1037/a0020720>
- Reymen, I. M. M. J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U. & van Burg, E. (2015). Understanding dynamics of strategic decision making in venture creation: A process study of effectuation and causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 351–379. <https://doi.org/10.1002/sej.1201>
- Schneider, E. E., Schönfelder, S., Domke-Wolf, M. & Wessa, M. (2020). Measuring stress in clinical and nonclinical subjects using a German adaptation of the Perceived Stress Scale. *International Journal of Clinical and Health Psychology* (20)2, 173–181. <https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.03.004>
- Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' Mental Health and Well-Being: A Review and Research Agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290–322. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0001>

Der Bericht entstand im Rahmen des Projektes tc2020_06 „Resilience and well-being of entrepreneurs through the COVID-19 pandemic“ und wurde von transCampus (Technische Universität Dresden) finanziert.

Projektleitung: Dr. Dominika Wach, Professur für Arbeits- und Organisationspsychologie, Technische Universität Dresden

Team: M.Sc. Denise Doan, M.Sc. Elsa Sophie Herhold, B.Sc. Bastian Frenzel



Kooperationspartnerin: Prof. Ute Stephan, Professur für Entrepreneurship, King's College London



Kontakt

Dr. Dominika Wach (dominika.wach@tu-dresden)
Professur für Arbeits- und Organisationspsychologie
Fakultät Psychologie
Technische Universität Dresden
01062 Dresden

Impressum

Dominika Wach, Denise Doan, Elsa Sophie Herhold,
Bastian Frenzel

Dresden, 2020

Mehr Informationen über folgenden Link:

<https://tu-dresden.de/mn/psychologie/iaosp/wop/forschung/forschungsprojekte/covid-19-unternehmertum-transcampus>