

JIMDO

JAHRESKOMPASS KLEINSTUNTERNEHMEN 2020/2021



GESCHÄFTSKLIMA, DIGITALISIERUNG UND CORONA

Inhalt

Kleinstunternehmen in Deutschland

003 Eine tragende Säule der Wirtschaft

Der Jahreskompass für Kleinstunternehmen

004 Wer wurde wann und wie befragt?

Der Jimdo Geschäftsklimaindex

005 Geschäftslage kritisch, aber Geschäftserwartungen optimistischer als Ifo Index

Die Digitalisierung von Kleinstunternehmen

006 Kundenakquise zunehmend online, aber Mundpropaganda weiterhin unverzichtbar

Digitale Tools und Helfer

007 Kleinstunternehmer*innen treiben Digitalisierung ihrer Geschäftsfelder stetig voran

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie

008 Kleinstunternehmen kämpfen mit Umsatzeinbußen und hoher Belastung

Die Hoffnungen trotz Corona-Pandemie

009 Kleinstunternehmen können sich auf ihre Kund*innen verlassen

Der Ausblick auf das Jahr 2021

010 Kleinstunternehmer*innen blicken trotz allem optimistisch in die Zukunft

Kleinstunternehmen in Deutschland

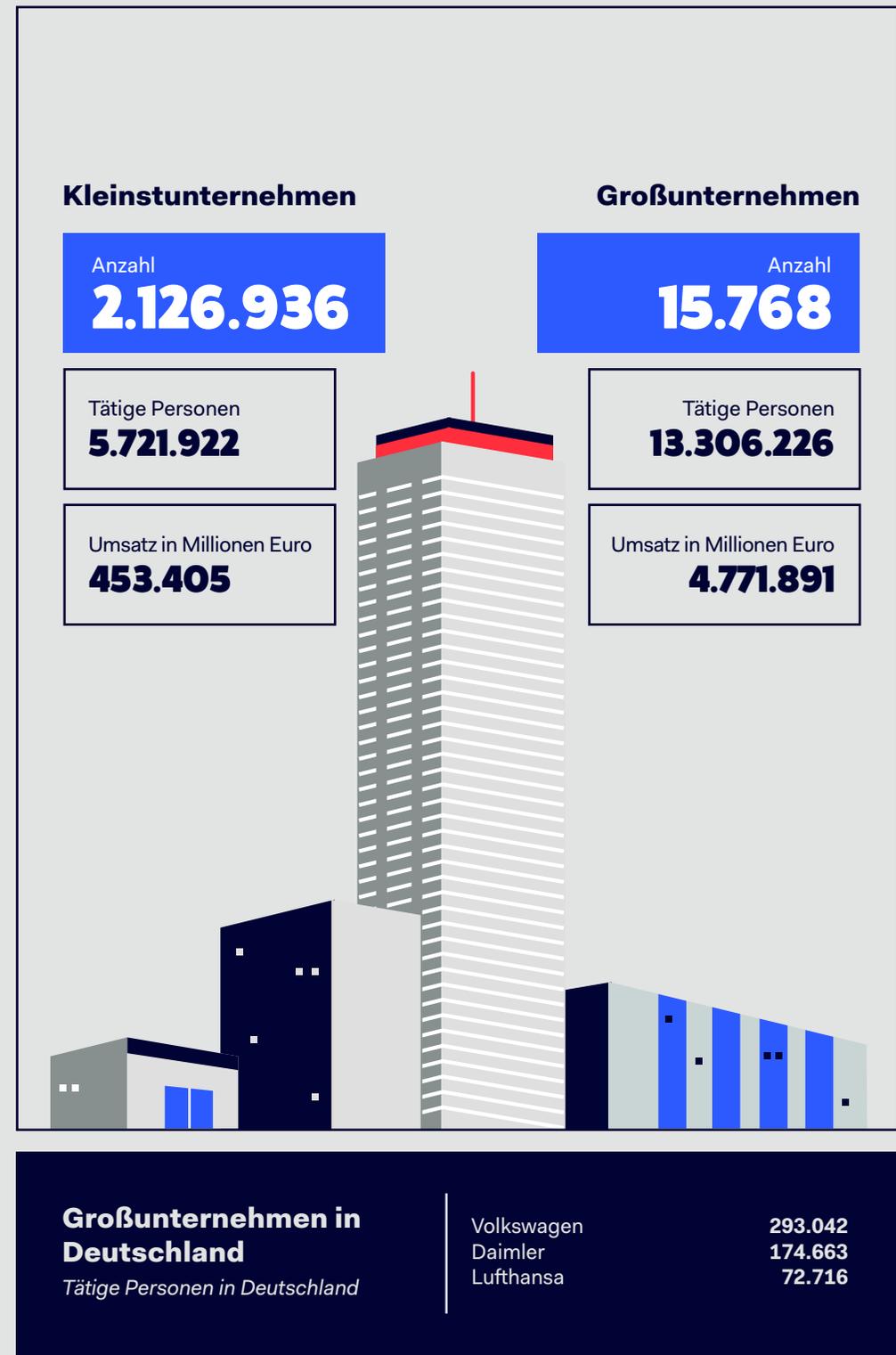
Eine tragende Säule der Wirtschaft

Mit fast 500 Milliarden Euro Umsatz jährlich steuern Kleinstunternehmen einen bedeutenden Anteil zur Wertschöpfung der deutschen Wirtschaft bei. Zudem ist nahezu jeder fünfte Arbeitnehmer in Deutschland (18%) in einem Kleinstunternehmen angestellt oder als Kleinstunternehmer*in selbstständig tätig. Mit über 5,7 Millionen Beschäftigten stellen Kleinstunternehmen eine der tragenden Säulen des deutschen Arbeitsmarktes dar. Insbesondere der Vergleich zu großen deutschen, international tätigen Unternehmen verdeutlicht die enorme Bedeutung von Kleinstunternehmen: Mit etwa 540.000 Beschäftigten in Deutschland stellen Volkswagen, Daimler und Lufthansa gemeinsam weniger als 10% der in Kleinstunternehmen tätigen Personen. Umso wichtiger ist es, mit dem vorliegenden Jahreskompass einen detaillierten Blick auf Kleinstunternehmen in Deutschland zu werfen.

Unter den Begriff "Kleinstunternehmen" fallen in Deutschland alle Betriebe, die weniger als zehn Beschäftigte und einen Jahresumsatz oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens zwei Millionen Euro haben. Landesweit gibt es mehr als 2,1 Millionen Betriebe, die dieser Definition entsprechen. In Deutschland sind damit über 80% aller Betriebe Kleinstunternehmen.

Note: Kleinstunternehmen: Bis 9 Beschäftigte und bis 2 Millionen Euro Umsatz oder Jahresbilanzsumme//
Großunternehmen: Ab 250 Beschäftigte und über 50 Millionen Euro Umsatz oder über 43 Millionen Euro Jahresbilanzsumme.

Quellen: Statistisches Bundesamt, Geschäftsberichte 2018 (VW, Daimler, Lufthansa)
Hinweis: Daten aus dem Jahr 2018, um die Vergleichbarkeit zwischen den Quellen zu gewährleisten.



Der Jahreskompass für Kleinstunternehmen

Wer wurde wann und wie befragt?

Als Grundlage für den "Jahreskompass Kleinstunternehmen 2020/2021" wurden 900 Kleinstunternehmer*innen und in Kleinstunternehmen Beschäftigte im November 2020 über ein Online Access Panel zu ihrer beruflichen Tätigkeit, zur wirtschaftlichen Lage ihres Unternehmens, zu ihrer Einstellung zur Digitalisierung und zur Entwicklung ihres Unternehmens während der Corona-Pandemie befragt.

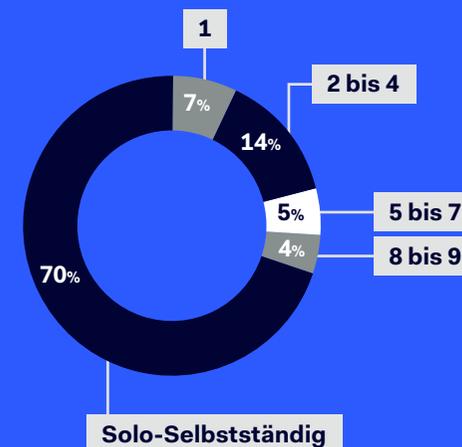
Die Stichprobe dieser Studie zeichnet dabei folgendes Bild: Der Großteil der Kleinstunternehmer*innen ist zwischen 35 und 64 Jahre alt (76%) und betreibt das Geschäft bereits seit mehr als fünf Jahren (71%). Die meisten Befragten sind Solo-Selbstständige ohne weitere Mitarbeiter (70%) und in der Regel ausschließlich selbstständig tätig (80%), also nicht zusätzlich in einem Anstellungsverhältnis beschäftigt. Die beliebtesten Branchen sind Beratung und Consulting (10%), Einzelhandel (9%) und Design, Kunst und Illustration (9%).

Neben dieser unternehmerischen Beständigkeit zeigt die Stichprobe dennoch eine starke Dynamik im Bereich der Kleinstunternehmen. In Anbetracht der finanziellen und operativen Verantwortung ist es bemerkenswert, dass 15% der befragten Kleinstunternehmer*innen jünger als 35 Jahre sind. Zusätzlich gibt es eine stetige Zahl von Neugründungen – jeder sechste Betrieb wurde innerhalb der letzten zwei Jahre gegründet. Es herrscht also kein Mangel an Nachwuchs und die fortwährend auf den Markt drängenden Neugründungen sorgen stetig für Erneuerung, Wettbewerb und Fortschritt.

In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?



Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen insgesamt, unter Berücksichtigung aller Standorte, beschäftigt?

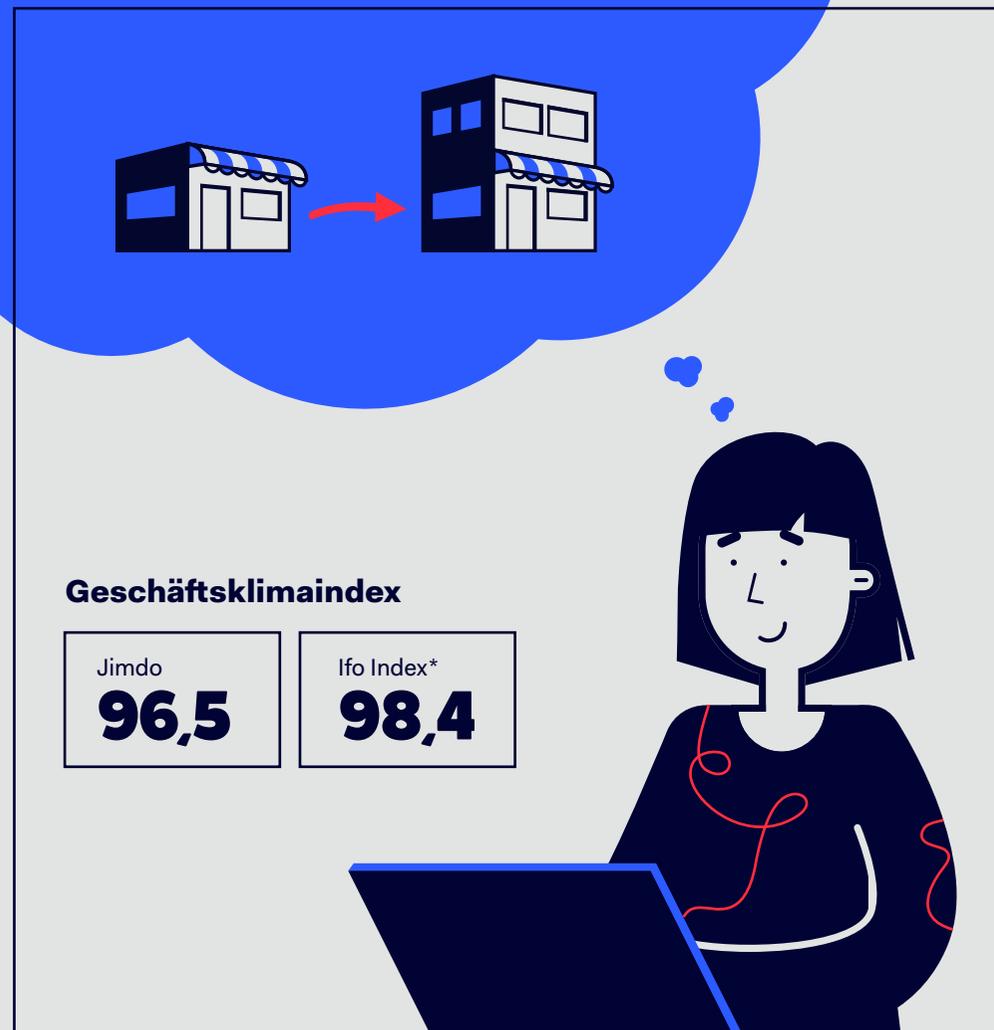


Der Jimdo Geschäftsklimaindex

Geschäftslage kritisch, aber Geschäftserwartungen optimistischer als Ifo Index

In der öffentlichen Diskussion werden Kleinunternehmer*innen trotz ihrer wirtschaftlichen Bedeutung häufig übergangen. Der von Jimdo ermittelte Geschäftsklimaindex hat das Ziel, den wirtschaftlichen Zustand von Kleinunternehmen darzustellen und damit öffentliche Aufmerksamkeit auf Selbstständige zu lenken. Der Index wird fortan regelmäßig erhoben und analog zum Ifo Geschäftsklimaindex berechnet. Die Befragten bewerten hierfür die gegenwärtige Geschäftslage sowie ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate auf einer Skala von gut bis schlecht, bzw. günstig bis ungünstig. Aus der Differenz zwischen den positiven und negativen Bewertungen ergeben sich die jeweiligen Saldenwerte für die Geschäftslage und die Geschäftserwartungen, aus deren Durchschnitt das Geschäftsklima berechnet und zum Basiszeitpunkt November 2020 auf 100 festgesetzt wird. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde der Ifo Index zum Basiszeitpunkt nachgebildet.

Der Jimdo Geschäftsklimaindex ist insgesamt etwas negativer (96,5) als der nachgebildete Ifo Index (98,4). Dies begründet sich vor allem darin, dass die Kleinunternehmer*innen ihre gegenwärtige Geschäftslage deutlich negativer (-5,8) bewerten als die Befragten des Ifo Instituts (5,1). Kleinere Unternehmen werden von der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen offenbar härter getroffen. Vor allem Solo-Selbstständige (-14,9) bewerten die aktuelle Lage besonders negativ. Betrachtet man hingegen die Geschäftserwartungen, zeigt sich, dass Selbstständige deutlich weniger negativ (-1,2 gegenüber -8,1) auf die Entwicklung in den kommenden sechs Monaten blicken. Insbesondere Kleinunternehmen, die in den letzten zwei Jahren gegründet wurden, glauben an eine positive Entwicklung ihrer Geschäfte in der nahen Zukunft (10,8).



Die Digitalisierung von Kleinstunternehmen

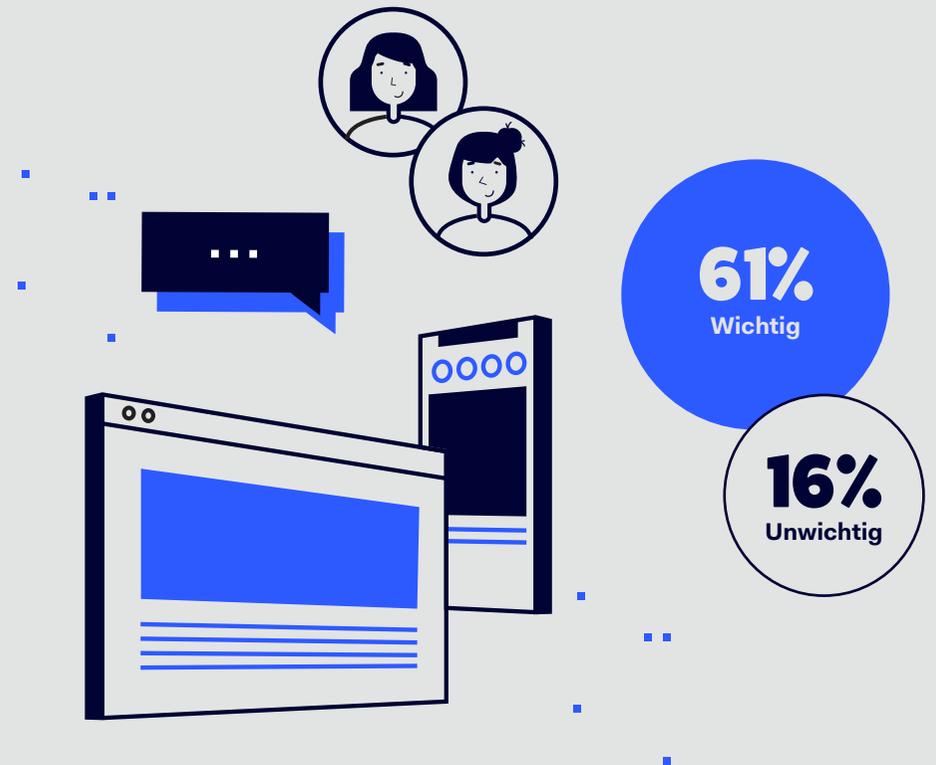
Kundenakquise zunehmend online, aber Mundpropaganda weiterhin unverzichtbar

Die Digitalisierung hält zunehmend Einzug in sämtliche Bereiche des menschlichen Lebens. Auch Kleinstunternehmer*innen sind sich des wachsenden Stellenwerts digitaler Entwicklungen bewusst: Über 60% halten die Digitalisierung in ihrem Geschäftsfeld in Form von E-Commerce, digitaler Vernetzung und digitaler Kommunikation für wichtig oder sehr wichtig. Vor allem jüngere Unternehmen legen einen starken Fokus auf die Digitalisierung: 80% der Kleinstunternehmen, die im vergangenen Jahr gegründet wurden, bewerten den digitalen Fortschritt als wichtig.

Im Kundenkontakt und in der Akquise zeigt sich ebenfalls die zunehmende Wichtigkeit der Digitalisierung. 31% der befragten Selbstständigen nennen ihre Homepage, ihren Social Media Auftritt oder den eigenen Onlineshop als wichtigsten Kanal, um Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit bei Kund*innen zu generieren. Im Vergleich dazu verliert der direkte Kundenkontakt in Meetings oder übers Telefon (29%) an Bedeutung.

Der wichtigste Kanal, sowohl digital als auch analog, bleibt die Mundpropaganda (32%), also die Weiterempfehlungsbereitschaft von Kund*innen an andere. Vor allem für Selbstständige, die bereits mehr als fünf Jahre ihr Geschäft betreiben, ist dies der wichtigste Akquisekanal. Je jünger das Unternehmen allerdings ist, desto stärker wird auf die Digitalisierung gesetzt: Fast die Hälfte aller Betriebe, die in den letzten zwei Jahren gegründet wurden, sieht in der Nutzung digitaler Tools den wichtigsten Kanal, um Sichtbarkeit bei Kund*innen zu erzeugen.

Für wie wichtig halten Sie Digitalisierung in Ihrem Geschäftsumfeld?*



Was ist der wichtigste Kanal in Ihrem Unternehmen, um Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit für Ihre Kund*innen zu generieren?*



Digitale Tools und Helfer

Kleinstunternehmer*innen treiben Digitalisierung ihrer Geschäftsfelder stetig voran

Im Zuge der Digitalisierung werden Onlinetools für Kleinstunternehmer*innen zunehmend wichtiger: 57% der Befragten planen oder betreiben bereits eine eigene Homepage für ihr Unternehmen, 47% planen oder betreiben einen Social Media Auftritt bei Xing, LinkedIn, Facebook oder Instagram und fast jedes fünfte Kleinstunternehmen betreibt oder plant außerdem einen eigenen Onlineshop.

Mehr als die Hälfte der Kleinstunternehmen (59%), die eine Homepage, einen Social Media Auftritt oder einen Onlineshop betreiben, haben ihre digitale Präsenz im Vergleich zum Vorjahr weiterentwickelt. Im Vordergrund steht hierbei die Überarbeitung des Homepageauftritts (39%), zusätzlich haben 20% die Social Media Kanäle neu gestaltet und 19% haben in die Erhöhung der eigenen Sichtbarkeit durch Suchmaschinenoptimierung (SEO) investiert. Die Digitalisierung der Geschäftsfelder erfordert eine stetige Weiterentwicklung und Optimierung des Angebots.

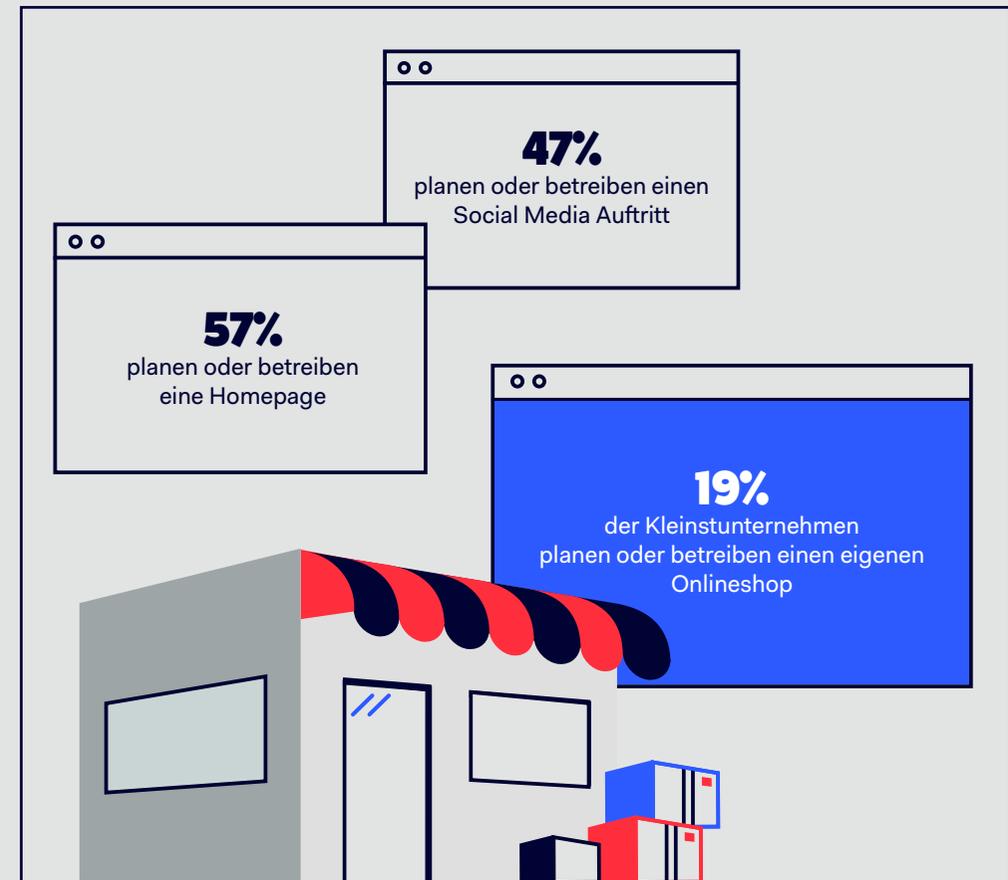
43% der befragten Kleinstunternehmen betreiben allerdings (noch) keine eigene Homepage. Die größten Hürden bei der Implementierung von Online-Auftritten sehen die Selbstständigen in der technischen Umsetzung und in der Rechtslage: jeder Fünfte befürchtet fehlendes technisches Wissen (20%), fehlendes rechtliches Wissen (17%) oder Schwierigkeiten bei der Einhaltung von Datenschutzbestimmungen (19%). Je älter die Unternehmer sind, desto geringer wird außerdem der Bedarf der Kund*innen nach einer Onlinepräsenz eingeschätzt.

*Zusammenfassung der Werte "Ja" und "In Planung"
**Mehrfachnennung möglich, Auswahl

Haben Sie eine Homepage für Ihr Unternehmen?*

57% JA

43% NEIN



Welche Hürden sehen Sie bei der Einführung eines Online-Auftritts für Ihr Unternehmen? **

Fehlendes technisches Wissen	20%
Einhaltung der Datenschutzbestimmungen	19%
Fehlendes rechtliches Wissen	17%

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie

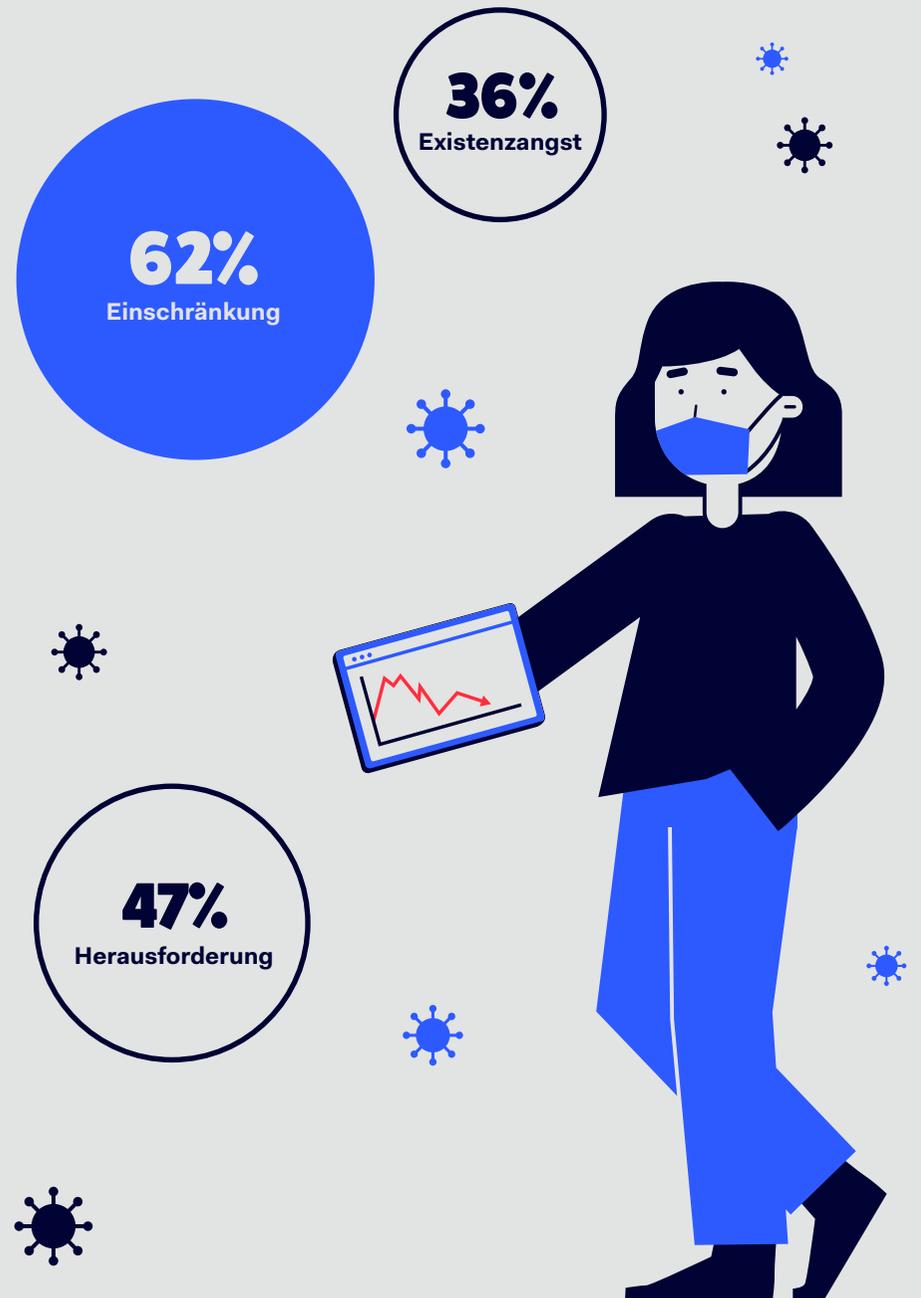
Kleinstunternehmen kämpfen mit Umsatzeinbußen und hoher Belastung

Die Corona-Pandemie bedeutet für Kleinstunternehmen einen herben Einschnitt in die Geschäftstätigkeit. Im Vergleich zum Vorjahr geht fast die Hälfte der befragten Kleinstunternehmer*innen (47%) von einem Umsatzrückgang in 2020 aus. 17% erwarten sogar Umsatzeinbußen von mehr als 60% des Vorjahresumsatzes.

Knapp ein Drittel der Kleinstunternehmer*innen empfindet die Corona-Pandemie als wirtschaftlich sehr belastend und hat mit starken Einschränkungen in der Geschäftstätigkeit (62%) zu kämpfen. Die Pandemie bedeutet für Selbstständige eine große Herausforderung (47%) und weckt bei mehr als jedem dritten Befragten sogar Existenzängste (36%).

Während Unternehmen, die im vergangenen Jahr gegründet wurden, mit der Corona-Pandemie auch Zusammenhalt (28%), das Füreinander (27%) und neue Möglichkeiten (22%) verbinden, empfinden Unternehmen mit mehr als fünf Jahren Betriebsdauer die Einschränkungen als besonders stark. Die wirtschaftliche Belastung ist für sie deutlich größer: Über die Hälfte von ihnen (53%) geht von einem Umsatzrückgang im Jahr 2020 aus, während nur etwa ein Drittel der jüngeren Unternehmen Umsatzeinbußen befürchtet. Die stärkere Digitalisierung der jüngeren Unternehmen wirkt sich womöglich dämpfend auf die wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie aus.

Was verbinden Sie persönlich mit Corona?*



Die Hoffnungen trotz Corona-Pandemie

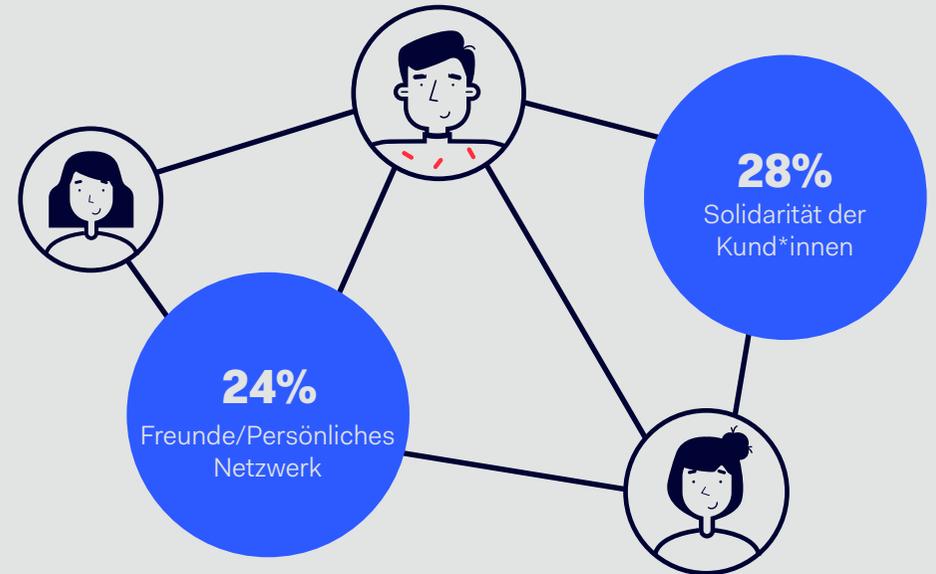
Kleinstunternehmen können sich auf ihre Kund*innen verlassen

Trotz der negativen Auswirkungen hat die Corona-Pandemie vor allem eines gezeigt: Viele Selbstständige können sich auf ihre Kund*innen und ihr persönliches Netzwerk in schwierigen Zeiten verlassen. Neben staatlichen Maßnahmen, wie der Corona-Soforthilfe in Form von Kurzarbeit und Krediten, hat den befragten Kleinstunternehmen vor allem die Solidarität der Kundschaft (28%) sowie die Unterstützung von Freunden und dem persönlichen Netzwerk (24%) geholfen, sich der veränderten Situation anzupassen.

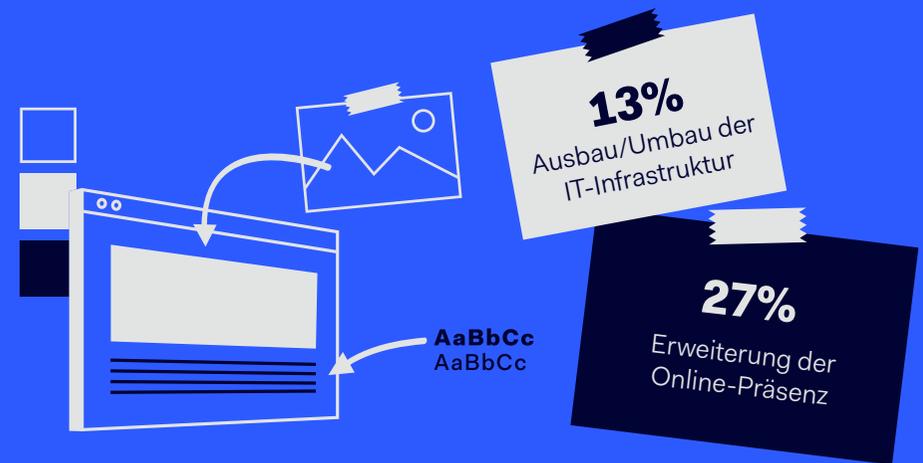
Der Auf- bzw. Ausbau einer Onlinepräsenz zeigte sich ebenfalls als wirksames Mittel in der Bekämpfung der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie. Etwa jedes zehnte befragte Kleinstunternehmen konnte mittels Homepage, Social Media Aktivitäten oder dem eigenen Onlineshop die Belastungen abfedern und sich wirtschaftlich der veränderten Situation besser anpassen.

Dementsprechend wird der größte Investitionsbedarf für das Jahr 2021 im digitalen Bereich gesehen. Während 27% der befragten Unternehmer*innen in die Erweiterung der Onlinepräsenz oder die Stärkung des E-Commerce investieren wollen, ist auch der Aus- und Umbau der IT-Infrastruktur zur Erhöhung der Sicherheit oder die Schaffung von Arbeitsplätzen im Homeoffice ein wichtiges Thema. Die Corona-Pandemie hat somit den ohnehin bestehenden Trend zur Digitalisierung nochmals verstärkt und beschleunigt.

Was hat Ihnen geholfen, sich wirtschaftlich der neuen Situation anzupassen?*



In welchen Bereichen planen Sie im Jahr 2021 größere Investitionen?*



*Mehrfachnennung möglich, Auswahl

Der Ausblick auf das Jahr 2021

Kleinstunternehmer*innen blicken trotz allem optimistisch in die Zukunft

Ein schwieriges Jahr 2020 liegt hinter den befragten Kleinstunternehmer*innen. Die Corona-Pandemie hat zu großen Einschränkungen geführt, Existenzen bedroht und wirtschaftlich große Veränderungen erzeugt, die viele Selbstständige nachhaltig in ihren Entscheidungen beeinflussen werden. Der Fokus auf digitale Entwicklungen hat sich nochmals verstärkt – ein Großteil der Kleinstunternehmer*innen zeigt aber die Bereitschaft, diesen Weg im eigenen Geschäftsbereich aktiv zu gestalten. Knapp ein Viertel aller Befragten plant dementsprechend die Onlinepräsenz im kommenden Jahr auszubauen und das Arbeiten im Homeoffice sowie die Nutzung von digitalen Meetings und Workshops, sofern möglich, weiter voranzutreiben.

Solidarität und gegenseitige Unterstützung waren in diesem Jahr so wichtig wie schon lange nicht mehr. Viele Selbstständige machten während der Corona-Pandemie die Erfahrung, dass sie sich auf die Unterstützung ihrer Kundenschaft und ihres privaten Umfelds verlassen können. Sicherlich auch deshalb sind 85% der befragten Kleinstunternehmer*innen grundsätzlich optimistisch gestimmt. Dennoch ist die Corona-Pandemie eine große Herausforderung, die zu starken wirtschaftlichen Belastungen führt und Existenzängste auslösen kann. Die Kleinstunternehmen in Deutschland sind ein wichtiges Standbein von Wirtschaft und Arbeitsmarkt und es sollte im Allgemeininteresse stehen, sie zu unterstützen und durch die Krise zu begleiten.



JIMDO