

# **Herausforderungen und Folgen der COVID-19-Pandemie für Solo-Selbst- ständige und KMU in Deutschland**

Ergebnisbericht 2



Dominika Wach  
Denise Doan  
Elsa Sophie Herhold  
Bastian Frenzel



# Inhalt

Einleitung.....	4
Highlights .....	5
1. Beschreibung der Stichprobe .....	6
2. Unternehmensbezogene Auswirkungen und Reaktionen der Unternehmer:innen .....	7
2.1 Auswirkungen der zweiten Welle der COVID-19-Pandemie .....	7
2.2 Reaktionen auf die zweite Welle der COVID-19-Pandemie.....	9
2.3 Veränderungen seit der Erstbefragung und Zukunftsperspektiven.....	10
3. Stressoren, persönliche und gesundheitliche Auswirkungen .....	12
3.1 Pandemiebezogene Stressoren .....	12
3.2 Arbeitsbezogene Stressoren .....	12
3.3 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen .....	14
4. Persönliche Ressourcen der Unternehmer:innen.....	16
4.1 Resilienz .....	16
4.2 Stress-Mindset.....	17
4.3 Erholung.....	17
Ausblick.....	19
Literaturverzeichnis .....	20



# Einleitung

Die COVID-19-Pandemie stellt ein Jahr nach dem Ausbruch im Dezember 2019 eine globale und nationale Herausforderung dar. In Deutschland trat die erste Infektion am 27. Januar 2020 auf. Aufgrund steigender Infektionszahlen und zur Eindämmung der COVID-19-Pandemie wurde in Deutschland im März 2020 ein erster mehrwöchiger Lockdown angeordnet. Nach sinkenden Inzidenzzahlen und einer Entspannung der Situation im Frühjahr und Sommer stiegen im Herbst 2020 die Infektionszahlen stetig an. Der am 2. November 2020 eingeführte „Lockdown light“ und die einhergehende Verschärfung der Maßnahmen am 25. November 2020 brachten nicht den erhofften Erfolg. Am 16. Dezember 2020 wurde deutschlandweit ein zweiter Lockdown angeordnet. Über die Weihnachtsfeiertage und den Jahreswechsel blieben Ausgangsbeschränkungen und Kontakteinschränkungen bestehen. Zudem wurden Geschäftsschließungen und das Verbot von Veranstaltungen angeordnet. Auch wenn diese Maßnahmen ab dem 4. März 2021 teilweise gelockert wurden, nahm die Bundesrepublik Deutschland von ihrem Recht einer „Notbremse“ Gebrauch, welche den harten Lockdown bis Ende April 2021 erneuert. Die Aussicht auf eine schnelle Rückkehr zu einer Vorsituation der COVID-19-Realität ist unter den aktuellen Umständen nicht vorhanden. Die zügige Immunisierung der Gesellschaft mithilfe von Impfungen ist aufgrund der unzulänglichen Verfügbarkeit des Impfstoffs nicht realistisch.

Die COVID-19-Pandemie hat sich zu einer langanhaltenden Krise entwickelt, die sich auf die gesamte Bevölkerung auswirkt. Die wirtschaftlichen Folgen sind enorm. Inhaber:innen kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) sowie Solo-Selbstständige sind stark von der COVID-19-Krise betroffen. Für sie stellt die Pandemie eine gewaltige Herausforderung dar. Durch Lockdowns, Lieferkettenengpässe und Geschäftsschließungen ist die eigene unternehmerische Existenz bedroht. Einerseits gilt es, auf die neuen Herausforderungen zu reagieren, neue Geschäftsgelegenheiten zu erkennen und umzusetzen, andererseits müssen Unternehmer:innen den Umgang mit enormer Unsicherheit erlernen, Einschränkungen ihrer Autonomie annehmen und persönliche sowie finanzielle Verluste kompensieren. Damit die COVID-19-Krise langfristig ökonomisch und gesellschaftlich überwunden wird, benötigen wir wissenschaftliche Einblicke, wie Unternehmer:innen Krisen bewältigen, ihre Resilienz aufbauen und trotz der enormen Belastung gesund bleiben. Die vorliegende Studie beschäftigt sich somit nicht nur mit den wirtschaftlichen Folgen, sondern auch mit den persönlichen und gesundheitlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer:innen in Deutschland.

Die vorliegende Studie basiert auf einer Online-Befragung, die im Zeitraum vom 4. Dezember 2020 bis 15. Januar 2021 durchgeführt wurde. Zu diesem Zeitpunkt galt in Deutschland eine Allgemeinverfügung zur Ausgangsbeschränkung. Zur Teilnahme wurden Solo-Selbstständige und Inhaber:innen von KMU aus Deutschland aufgefordert, die bereits im Frühjahr 2020 an einer ersten Erhebungswelle teilgenommen hatten. Von insgesamt 267 Unternehmer:innen konnten für die Wiederholungsstudie 94 Personen gewonnen werden. Dabei waren Solo-Selbstständige mit einem Anteil von 60 % häufiger vertreten als Inhaber:innen von KMU mit 40 %. Frauen haben 51% der Gesamtstichprobe ausgemacht.

Der Bericht zur Studie ist wie folgt strukturiert: Im ersten Kapitel des Berichtes werden die soziodemografischen Merkmale der Befragten sowie Informationen bezüglich deren Selbstständigkeit präsentiert. Im Fokus des zweiten Kapitels stehen die Auswirkungen der zweiten Pandemiewelle auf die Unternehmen sowie die Reaktionen der Unternehmer:innen auf die COVID-19-Krise inklusive deren wahrgenommenen Zukunftsperspektiven. Im dritten Kapitel werden sowohl die pandemiebedingten und die arbeitsbezogenen Stressoren thematisiert, die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Befragten. Das letzte Kapitel widmet sich den persönlichen Ressourcen, welche den Unternehmer:innen helfen können, die COVID-19-Krise erfolgreich zu bewältigen. Dabei wird speziell auf die persönliche Resilienz und Erholung eingegangen.

Die Studie wurde an der Professur für Arbeits- und Organisationspsychologie der Technischen Universität Dresden in Kooperation mit der Professur für Entrepreneurship am King's College London entwickelt und durchgeführt. Diese in Deutschland durchgeführte Untersuchung stellt ein Teilprojekt einer globalen Studie zu Resilienz und Wohlbefinden von Unternehmer:innen während der COVID-19-Pandemie dar.

# Highlights

## Hintergrund

- Unternehmer:innen sind von der COVID-19-Pandemie besonders stark betroffen. Neben wirtschaftlichen Folgen sind persönliche und gesundheitliche Folgen naheliegend.
- Im Vergleich zu großen Unternehmen verfügen KMU und Solo-Selbstständige über geringere finanzielle sowie personelle Ressourcen. Dafür sind sie flexibler und unabhängiger in der Umsetzung neuer Geschäftsgelegenheiten.

## Eckdaten zur Studie

- Die vorliegende Studie umfasste eine deutschlandweite Gesamtstichprobe von 94 Solo-Selbstständigen sowie Inhaber:innen von KMU aus 16 Bundesländern.
- Mit einem Anteil von 60 % (56 Personen) waren Solo-Selbstständige etwas häufiger vertreten als Inhaber:innen von KMU. Die sächsische Untersuchungsstichprobe stellte mit 59 Befragten (63 %) den Großteil dar.
- Die Studie wurde während des zweiten Lockdowns aufgrund der COVID-19-Pandemie durchgeführt. Die Online-Befragung erfolgte vom 4. Dezember 2020 bis 15. Januar 2021.

## Unternehmensbezogene Auswirkungen der zweiten COVID-19-Pandemiewelle

- 50 % der Befragten sahen aufgrund der Pandemie die Existenz ihres Unternehmens bedroht.
- Als größte Herausforderung erwies sich bei mehr als der Hälfte der Befragten (56 %) der Rückgang der Auftragslage.
- Eine finanzielle Aufrechterhaltung ihres Unternehmens über ein Jahr hinaus können lediglich 17 % der Befragten gewährleisten.
- Bei nur 30 % der Befragten eröffnete die COVID-19-Pandemie neue Geschäftsmöglichkeiten.
- Drei Viertel der Befragten (75 %) plant für ihr Unternehmen weniger als ein Jahr im Voraus.
- Die Mehrheit der Befragten (61 %) sieht langfristig keine positiven Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf ihr Unternehmen.

- Der Großteil der Befragten (71 %) geht davon aus, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird. Für 17 % ist ein Wachstum des Unternehmens nach der Krise nicht denkbar.
- Knapp mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) beantragte keine staatliche Unterstützung.

## Stressoren, persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

- Die Besorgnis um die eigene Gesundheit oder die der Familie hat seit der ersten Pandemiewelle im Frühjahr 2020 deutlich zugenommen. Dies betrifft gleichermaßen die negativen Folgen der Isolation.
- Mehr als ein Drittel der Befragten (39 %) erlebt emotionale Belastungen bei der Arbeit als „stark“ oder „sehr stark“. 84 % sehen sich mit starken kognitiven Stressoren konfrontiert.
- 72 % der Befragten sind mit ihrer Arbeit „sehr zufrieden“. Mit ihrem Leben sind 58 % „sehr zufrieden“. Energiegeladener und aufmerksam fühlt sich jedoch nur etwas mehr als ein Viertel der Befragten (29 %).

## Persönliche Ressourcen

- Die Mehrheit der Befragten (89 %) schätzt die eigene Resilienz als „eher hoch“, „hoch“ oder „sehr hoch“ ein. Somit gab es keine Veränderung hinsichtlich der Widerstandsfähigkeit im Vergleich zum Frühjahr 2020.
- 45 % der Befragten verfügen über eine positive Grundeinstellung gegenüber Stress (Stress-Mindset), welche den hinderlichen Auswirkungen von Stress auf die Gesundheit und die Arbeitsleistung entgegenwirkt.
- Ein großer Teil der Befragten (46 %) berichtet von einer „mittelmäßigen“ oder „eher guten“ Erholung. Knapp die Hälfte (47 %) bezeichnet ihre Schlafqualität als „ziemlich gut“.

## Fazit

- Trotz fehlender Repräsentativität der Stichprobe ermöglicht die vorliegende Studie Einblicke in die wirtschaftlichen, persönlichen und gesundheitlichen Folgen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer:innen in Deutschland.

# 1. Beschreibung der Stichprobe

Zielgruppe der Studie waren Solo-Selbstständige sowie Inhaber:innen kleiner und mittlerer Unternehmen aus Deutschland, die sich bereits an der ersten Befragung im Zeitraum vom 16. April bis 4. Mai 2020 beteiligt hatten. An der aktuellen zweiten Befragung nahmen 94 Unternehmer:innen aus allen Bundesländern Deutschlands teil, wobei der Großteil der Befragten aus Sachsen stammt (63 %; 59 Personen). Solo-Selbstständige sind mit einem Anteil von 59 % (55 Personen) häufiger vertreten als Inhaber:innen von KMU (38 %; 36 Personen). Außerdem sind 2 Personen Inhaber:innen eines Start-Up-Unternehmens und 1 Person ist sowohl Solo-selbstständig als auch Inhaber:in von KMU und Eigentümer:in eines Start-Ups.

Das Durchschnittsalter der teilnehmenden Unternehmer:innen liegt bei 48 Jahren ( $MW = 47,99$  Jahre;  $SD = 9,12$  Jahre). Frauen machen 51 % (48 Personen) der gesamten Stichprobe aus. Mehr als die Hälfte (54 %; 51 Personen) der Befragten besitzt einen Hochschul- bzw. Fachhochschulabschluss, 21 % (20 Personen) eine abgeschlossene Berufsausbildung, 13 % (12 Personen) ein Abitur oder Fachabitur und 7 % (7 Personen) eine Promotion. 4 % (4 Personen) hatten als höchsten Bildungsabschluss einen Realschulabschluss genannt. Außerdem ist die Mehrheit der Teilnehmenden verheiratet (62 %; 58 Personen) und hat Kinder (66 %; 62 Personen), wobei durchschnittlich ein Kind ( $MW = 1,25$ ;  $SD = 1,13$ ) im Haushalt der befragten Unternehmer:innen lebt.

Der Großteil (22 %; 21 Personen) der Befragten arbeitet in der Branche „Kunst, Kultur und Bildung“, während 17 % (16 Personen) den freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen angehören sowie 14 % (13 Personen) Unternehmensdienstleistungen anbieten (Abbildung 1). Weiterhin arbeiten 10 % (9 Personen) der Unternehmer:innen in Handwerk, Fertigung und Baugewerbe, je 6 % (6 Personen) im Einzelhandel und den Humandienstleistungen. Jeweils 5 % (5 Personen) sind in der Gastronomie und in sonstigen Dienstleistungen tätig wie z.B. Reisebranche, Tourismus und Tattoo-Branche. 14 % (13 Personen) gaben an, in sonstigen Branchen (z.B. Finanzdienstleistungen, Abfallwirtschaft und Recycling, berufliche Weiterbildung, Reinigungsdienst) zu arbeiten. Der Großteil der Befragten (40 %; 38 Personen) berichtete, mit ihrem Unternehmen mehr als 80 % des eigenen Haushaltseinkommens zu erwirtschaften. Außerdem gaben 11 % (10 Personen) der Befragten an, neben ihrer Tätigkeit als Unternehmer:innen, zusätzlich angestellt zu sein. Die Mehrheit der Unternehmer:innen (93 %; 87 Personen) hat ihr Unternehmen selbst gegründet. 83% der Befragten (78 Personen) besaß und leitete vor dem jetzigen Unternehmen kein anderes Unternehmen. Die Unternehmen existierten zum Zeitpunkt der Befragung im Schnitt 14 Jahre auf dem Markt ( $SD = 8,22$  Jahre).

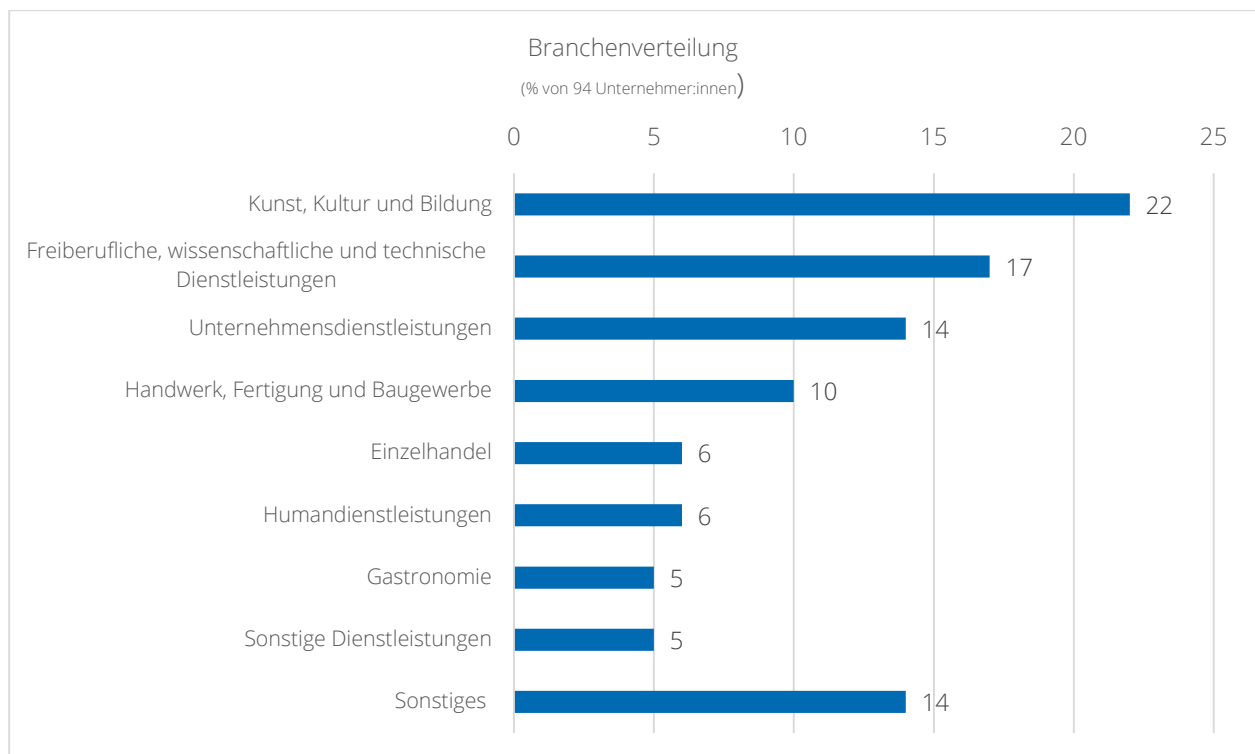


Abbildung 1

## 2. Unternehmensbezogene Auswirkungen und Reaktionen der Unternehmer:innen

Im zweiten Kapitel werden zunächst die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die Unternehmen der Befragten dargestellt. Dabei handelt es sich um die durch die Pandemie hervorgerufenen Probleme, Wahrnehmung der Existenzbedrohung, pandemiebedingte Auftragslage sowie finanzielle Aufrechterhaltung des Unternehmens. Darüber hinaus werden die Reaktionen der Befragten auf die zweite COVID-19-Pandemiewelle dargestellt, insbesondere die Eröffnung neuer Geschäftsmöglichkeiten sowie die Inanspruchnahme staatlicher Unterstützung. Das Kapitel endet mit der Darlegung unternehmensbezogener Veränderungen seit der ersten Erhebungswelle im Frühjahr 2020 sowie Zukunftsaussichten der Befragten. Sofern es statistisch signifikante Unterschiede gibt, werden die Ergebnisse von Solo-Selbstständigen vs. Inhaber:innen von KMU sowie von Männern vs. Frauen getrennt dargestellt. Dies betrifft gleichermaßen die Unterschiede von erster Erhebungswelle (Frühjahr 2020) vs. zweiter Erhebungswelle (Winter 2020/2021).

### 2.1 Auswirkungen der zweiten Welle der COVID-19-Pandemie

Als häufigste durch die COVID-19-Pandemie hervorgerufene **Probleme** nannten die Befragten die finanzielle Aufrechterhaltung ihres Unternehmens (32 %, 30 Personen), keine oder eine verzögerte Bezahlung der Kunden (14 %, 13 Personen) sowie Probleme beim Kauf notwendiger Güter oder Materialien (10 %, 9 Personen). Zudem berichteten 10 % (10 Personen) der Befragten, dass sie (bald) ihre Angestellten nicht mehr bezahlen können (Abbildung 2).

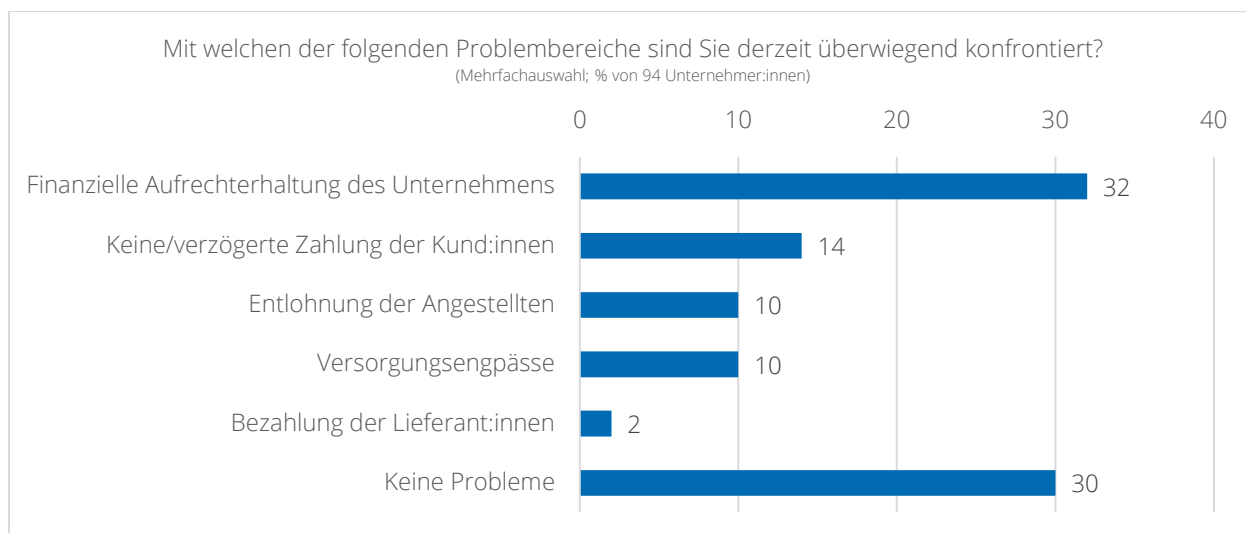


Abbildung 2

Exakt die Hälfte der Befragten (50 %; 46 Personen) bewerteten die COVID-19-Pandemie als **Existenzbedrohung** des eigenen Unternehmens. Hier ergab sich ein signifikanter Unterschied zwischen den Unternehmergruppen. Im Vergleich empfanden Solo-Selbstständige (32 Personen) die Pandemie eher als Bedrohung für ihr Unternehmen als Inhaber:innen von KMU (14 Personen). Es konnte bei der Betrachtung beider Befragungswellen ein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Die wahrgenommene Bedrohung war deutlich stärker für die Befragten während der ersten Pandemiewelle im Frühjahr 2020 als im Winter 2020/21 (68 % vs. 50 %).

Mit Blick auf den **Gewerbebetrieb** berichtete mehr als die Hälfte (56 %; 53 Personen) der befragten Unternehmer:innen von einem Rückgang der Auftragslage, wohingegen 17 % (16 Personen) keine Veränderungen im Gewerbebetrieb aufgrund der zweiten COVID-19-Welle feststellten. Bei 12 % (11 Personen) der Unternehmer:innen hat sich die Auftragslage während der zweiten Pandemie-Welle sogar erhöht (Abbildung 3).

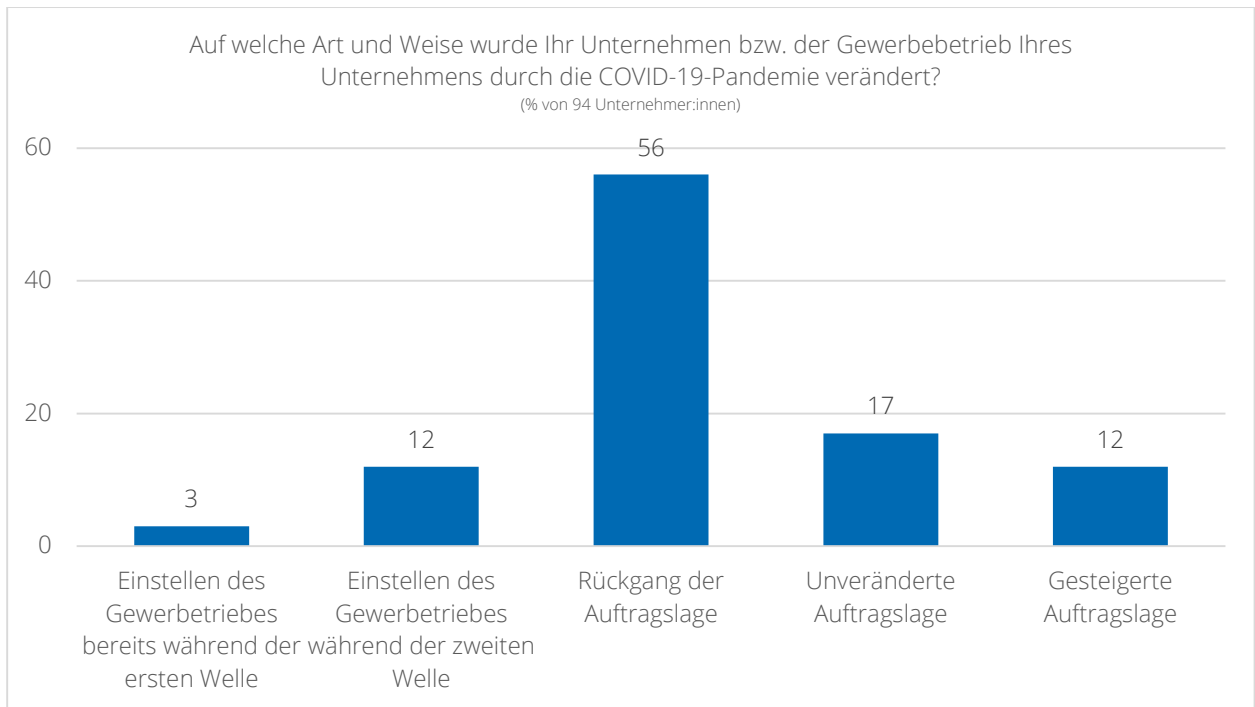


Abbildung 3

Aus der zweiten Befragung geht außerdem hervor, dass die Mehrheit der befragten Unternehmer:innen aufgrund der zweiten COVID-19-Welle weder **Personal entlassen** (89 % von 45 befragten Inhaber:innen von KMU; 40 Personen) noch **Insolvenz** anmelden (92 % von 13 Befragten, 12 Personen) musste. In Hinblick auf die **finanzielle Aufrechterhaltung** des Unternehmens gab je knapp ein Viertel (24 %; 22 Personen) der Befragten an, ihr Unternehmen noch ein bis drei Monate oder vier bis sechs Monate finanziell aufrecht erhalten zu können. Eine finanzielle Aufrechterhaltung ihres Unternehmens über ein Jahr hinaus trotz der Pandemie können lediglich 17 % (16 Personen) der Unternehmer:innen gewährleisten (Abbildung 4).

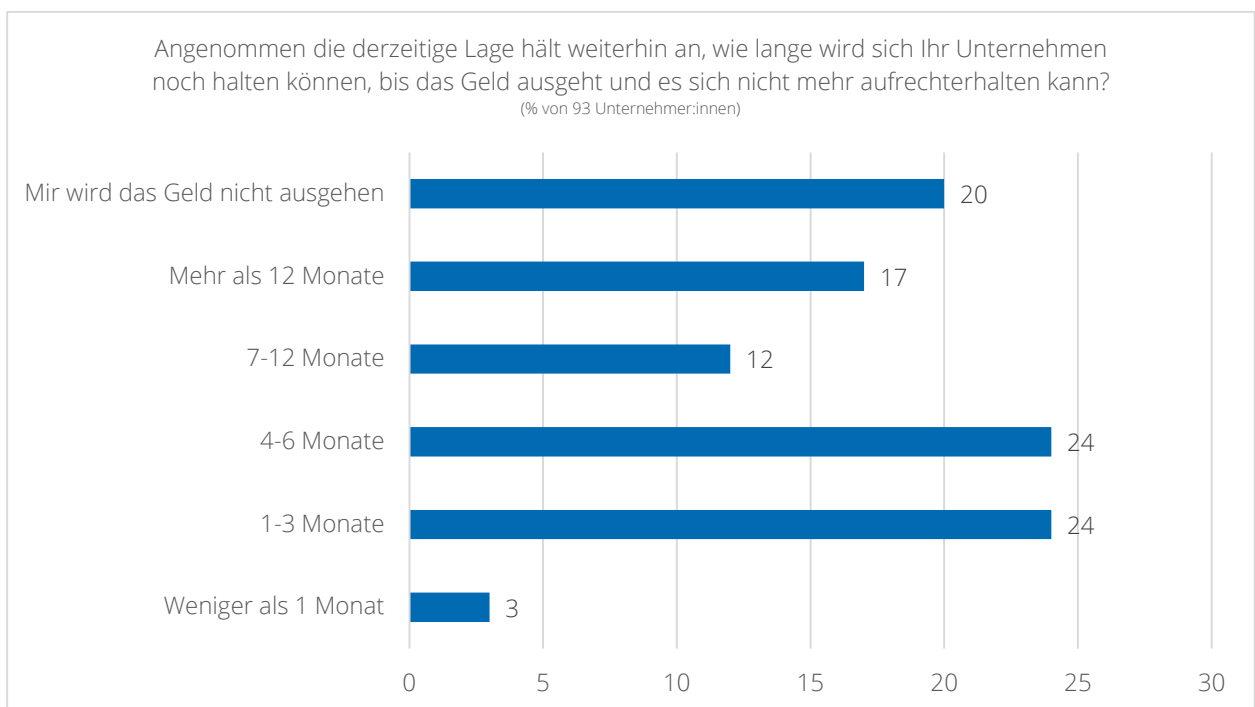


Abbildung 4



## 2.2 Reaktionen auf die zweite Welle der COVID-19-Pandemie

Hinsichtlich **neuer Geschäftsmöglichkeiten** berichtete die Mehrheit (70 %; 66 Personen) der Unternehmer:innen, dass sich ihnen durch die COVID-19-Pandemie keine neue Optionen, wie z. B. ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung auf den Markt zu bringen, aufgetan haben. Demgegenüber gab knapp ein Drittel (30 %; 28 Personen) an, dass sich während der Pandemie neue Geschäftsmöglichkeiten eröffneten (Abbildung 5). Dabei nannten die Unternehmer:innen am häufigsten Online-Angebote (z.B. digitalisierte Dienstleistungen, virtuelle Seminare und virtueller Unterricht, Download-Produkte). Auch konnten teilweise neue Geschäftsbereiche und Arbeitsfelder erschlossen werden (z.B. Beratung zu Förderhilfen oder Marketing). Außerdem wurde die Möglichkeit der Erweiterung von Stakeholdern berichtet (z.B. neue Handelspartner). Einzelne Befragte gaben darüber hinaus an, situationsbedingt eine Erhöhung der Nachfrage zu erleben.

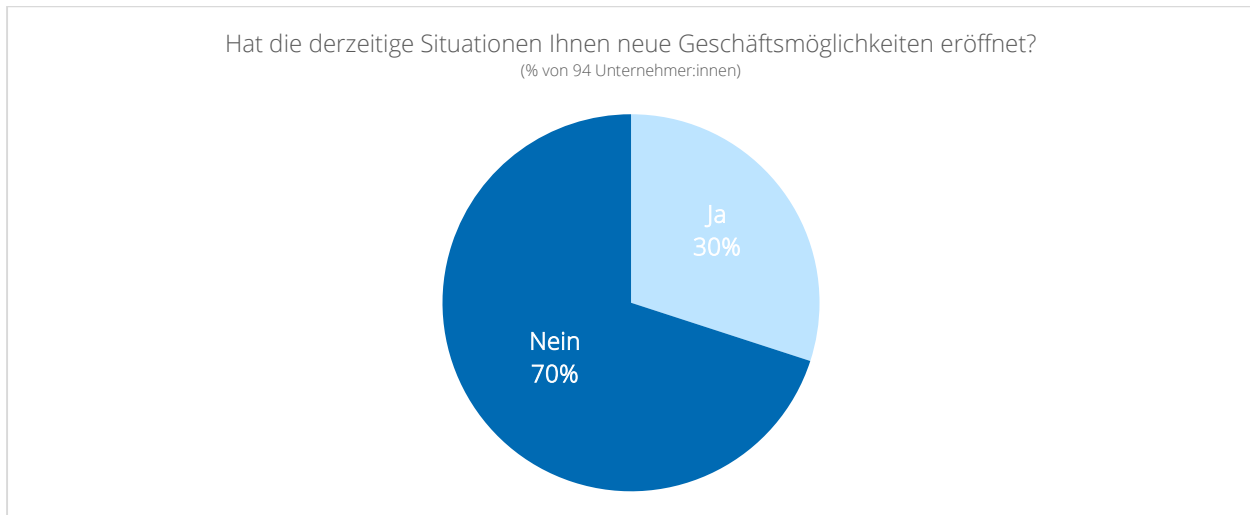


Abbildung 5

Des Weiteren kann sich der Großteil (61 %; 57 Personen) der Befragten keine **langfristigen positiven Auswirkungen** der COVID-19-Pandemie auf das Unternehmen vorstellen (Abbildung 6). Hingegen nannten 39 % (37 Personen) der Unternehmer:innen potenzielle positive Auswirkungen der COVID-19-Pandemie in folgenden Bereichen: a) Fortschritt der Digitalisierung, b) Erweiterung von Geschäfts- und Arbeitsfeldern, c) Entwicklung neuer Produkte und Angebote, d) Prozessoptimierung, e) Umstrukturierung und Reformierung, f) Verändertes Mobilitätsverhalten, weniger Reisezeit und -kosten, g) mehr Umweltfreundlichkeit, h) Marktberreinigung und Qualitätssteigerung und i) Steigerung der Nachfrage, Erreichen neuer Zielgruppen.

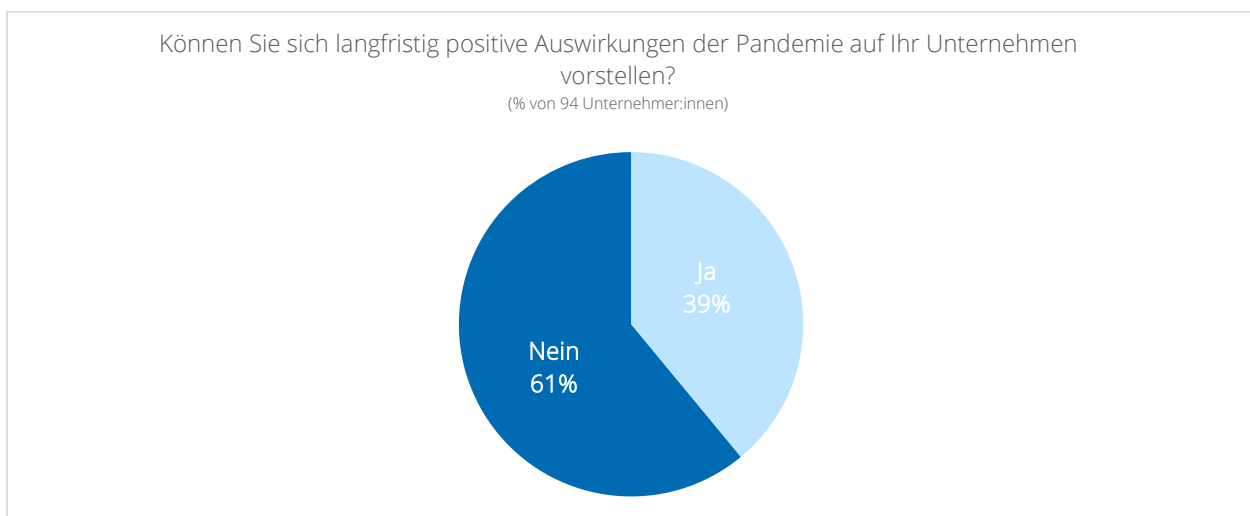


Abbildung 6

Bezüglich der Inanspruchnahme **staatlicher Unterstützungsprogramme** zeigte sich, dass mehr als die Hälfte der Befragten (56 %, 53 Personen) während der zweiten COVID-19-Welle keine staatliche Unterstützung beantragt hatte. Solo-Selbstständige griffen vorrangig auf die Corona Überbrückungshilfe II (15 % von 60 Personen) sowie die Außerordentliche Wirtschaftshilfe (Novemberhilfe bzw. Dezemberhilfe; 15 % von 60 Personen) zurück. Das Kurzarbeitergeld für Angestellte (38 % von 34 Personen) sowie ebenfalls die Außerordentliche Wirtschaftshilfe (Novemberhilfe bzw. Dezemberhilfe; 18 % von 34 Personen) wurden von den Inhaber:innen von KMU als Unterstützungsprogramme bevorzugt. 5 % (5 Personen) aller Befragten berichteten, dass sie zwar Unterstützung beantragt haben, jedoch keine Gelder zum Zeitpunkt der Befragung erhielten.

## 2.3 Veränderungen seit der Erstbefragung und Zukunftsperspektiven

Mit Blick auf die COVID-19-bedingte **Gesamtveränderung** des Unternehmens berichtete die Mehrheit der Befragten davon, dass die Pandemie ihr Unternehmen eher verändert hat. Nahezu ein Zehntel der Befragten (9 %; 8 Personen) gab an, dass COVID-19 ihr Unternehmen „völlig“ veränderte. Frauen berichteten zudem eine signifikant höhere Gesamtveränderung aufgrund von COVID-19 als Männer ( $MW_M = 5.93$ ,  $SD_M = 2.67$  vs.  $MW_F = 7.10$ ,  $SD_F = 2.89$ ).

Hinsichtlich der **Veränderung seit der Ersterhebung** gaben mehr als zwei Drittel (69 %, 65 Personen) an, dass sich seitdem nichts im Unternehmen verändert hat (Abbildung 7). Solo-Selbstständige berichteten dabei signifikant öfter als Inhaber:innen von KMU, dass sich seit der ersten Pandemie-Welle nichts veränderte (39 % Solo-Selbstständige vs. 30 % Inhaber:innen von KMU). Die berufliche Umorientierung (5 %; 5 Personen) sowie die Gründung eines weiteren Unternehmens wurden insgesamt als häufigste Veränderungen seit der Ersterhebung genannt (5 %; 5 Personen).

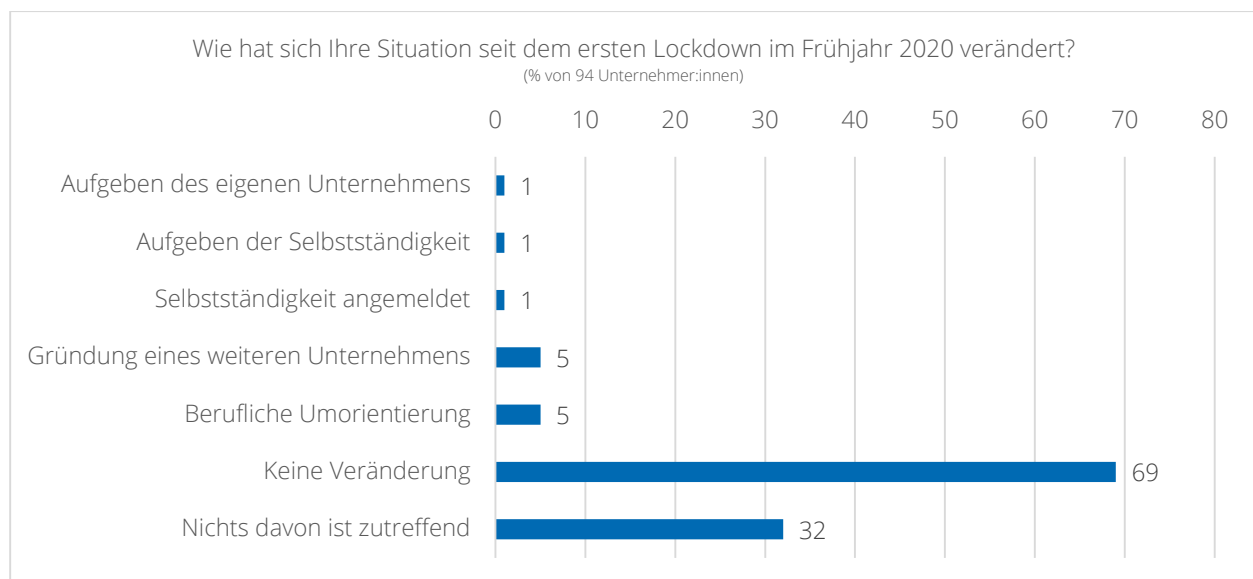


Abbildung 7

Mit Bezug auf den **Optimismus hinsichtlich des eigenen Unternehmens** nach der COVID-19-Pandemie (Abbildung 8) berichteten 40 % der Befragten (38 Personen), dass ihr Unternehmen innerhalb kurzer Zeit nach der Krise wieder auf das Niveau von vor der Krise zurückkehren wird. Fast drei Viertel der Unternehmer:innen (71 %; 67 Personen) gehen davon aus, dass sich ihr Unternehmen von der Krise erholen wird, während für 17 % (16 Personen) ein Wachstum des Unternehmens nach der COVID-19-Krise nicht denkbar ist. Erwähnenswert ist ein signifikanter Unterschied zwischen beiden Befragungswellen. Es zeigte sich, dass die Befragten während der zweiten Befragungswelle im Winter 2020/21 etwas optimistischer in die Zukunft blickten ( $MW_{Welle1} = 2.90$ ,  $SD_{Welle1} = 0.91$  vs.  $MW_{Welle2} = 3.15$ ,  $SD_{Welle2} = 0.90$ ) als im Frühjahr 2020.

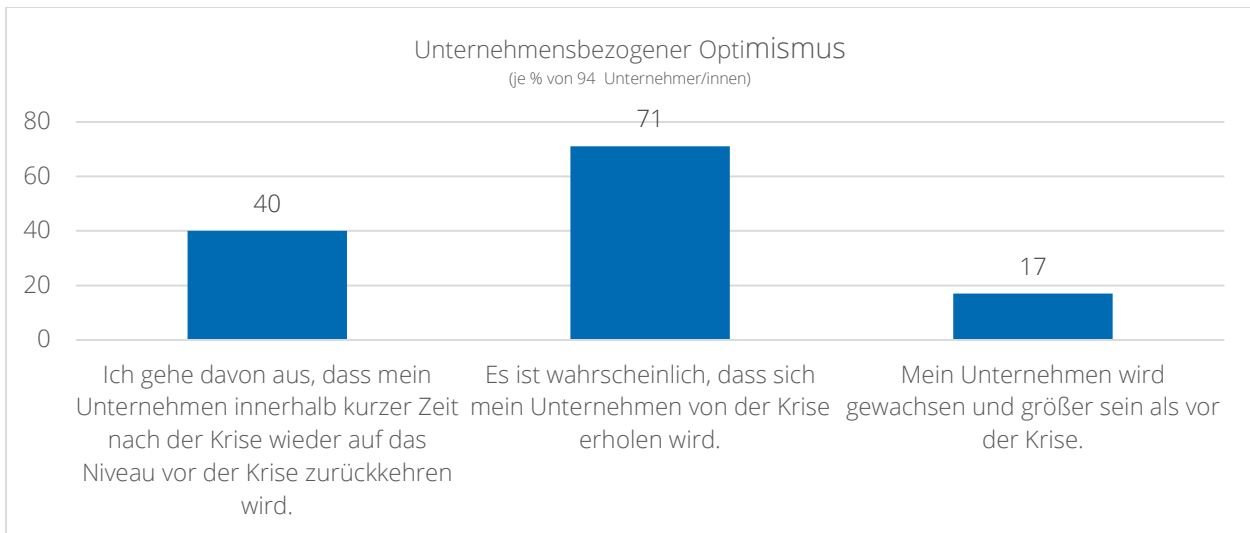


Abbildung 8

Mit Blick auf den **Planungshorizont** für ihr Unternehmen zeigte sich, dass

drei Viertel der Befragten (75 %; 70 Personen) zum Zeitpunkt der zweiten Befragungswelle weniger als ein Jahr vorausplante, wobei die meisten (27 %; 25 Personen) lediglich Pläne für die nächsten ein bis drei Monate aufstellen (Abbildung 9). 17 % (16 Personen) haben einen Planungshorizont von ein bis zwei Jahren. Ein geringer Anteil gab an, unternehmensbezogene Zukunftspläne für drei bis fünf Jahre (6 %; 6 Personen) oder mehr als fünf Jahre (2 %; 2 Personen) zu besitzen.

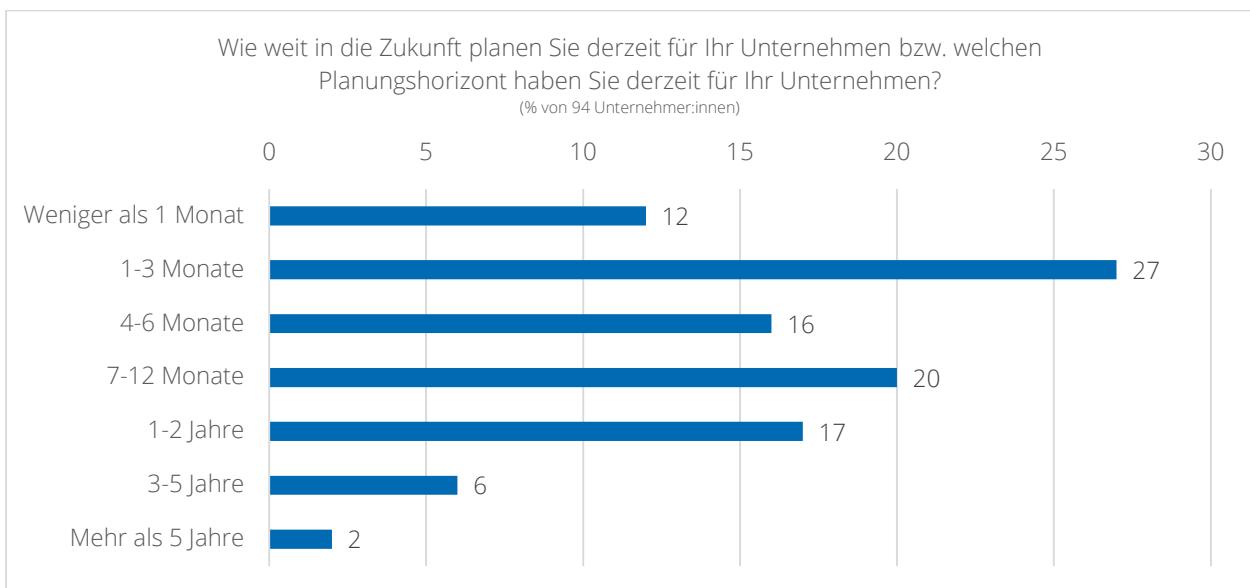


Abbildung 9

Darüber hinaus versuchten 44 % (41 Personen) der Unternehmer:innen, sich an die COVID-19-Pandemie anzupassen, indem sie ihre unternehmensbezogenen **Pläne änderten**, wohingegen 51 % (48 Personen) keine Planänderungen vornahmen. 5 % (5 Personen) der Befragten merkten an, dass es nicht sinnvoll sei, sich auf Pläne festzulegen, da aufgrund der Pandemie eine hohe Flexibilität und Spontaneität notwendig sei. Zudem ließ sich ein signifikanter Unterschied zwischen der ersten und zweiten Befragungswelle feststellen. Im Frühjahr 2020 waren es insgesamt 65% der Unternehmer:innen und im Winter 2020/2021 44%, die ihre Pläne anpassten.

### 3. Stressoren, persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

Im dritten Kapitel werden jene Stressoren betrachtet, die explizit durch die Pandemie hervorgerufen wurden. In Anbetracht der sozialen Distanzierung können persönliche Kontakte und berufsbezogene Netzwerke nicht wie zuvor gepflegt werden. Zudem wirkt die Pandemie als eine potenzielle Bedrohung für die persönliche Gesundheit und die der eigenen Familie. Darüber hinaus prägt die COVID-19-Pandemie die innerbetrieblichen Arbeitsbedingungen. Diese Belastungen können eine Gefährdung für die Arbeitszufriedenheit sowie das Wohlbefinden der Unternehmer:innen darstellen.

#### 3.1 Pandemiebezogene Stressoren

Mit Blick auf die **Besorgnis um die Gesundheit** gaben 40 % (39 Personen) der Befragten an, sich „sehr wenig“ oder „wenig“ Sorgen um die eigene Gesundheit oder die der Familie zu machen und 31% (29 Personen) berichteten eine „mittelmäßige“ Besorgnis (Abbildung 10, links). Zudem schätzten 29 % (27 Personen) diese gesundheitsbezogenen Sorgen als „stark“ oder „sehr stark“ ein. Im Vergleich zur ersten Befragungswelle im Frühjahr 2020 konnte hier ein signifikanter Unterschied festgestellt werden. Die befragten Unternehmer:innen berichteten im Rahmen der zweiten Befragung von einer stärker ausgeprägten Besorgnis um die eigene Gesundheit oder die der Familie ( $MW_{Welle1} = 2.46, SD_{Welle1} = 0.94$  vs.  $MW_{Welle2} = 2.80, SD_{Welle2} = 1.00$ ).

Die Frustration und Langeweile als **Folgen der Isolation** wurden von den Befragten während der zweiten Pandemiewelle als signifikant stärker wahrgenommen ( $MW_{Welle1} = 2.82, SD_{Welle1} = 1.16$  vs.  $MW_{Welle2} = 3.10, SD_{Welle2} = 1.12$ ). Dabei gaben 37 % (35 Personen) an, „sehr wenig“ oder „wenig“, 34 % (32 Personen) „mittelmäßig“ und 29 % (27 Personen) „stark“ oder „sehr stark“ aufgrund der Isolation frustriert und gelangweilt zu sein (Abbildung 10, rechts).

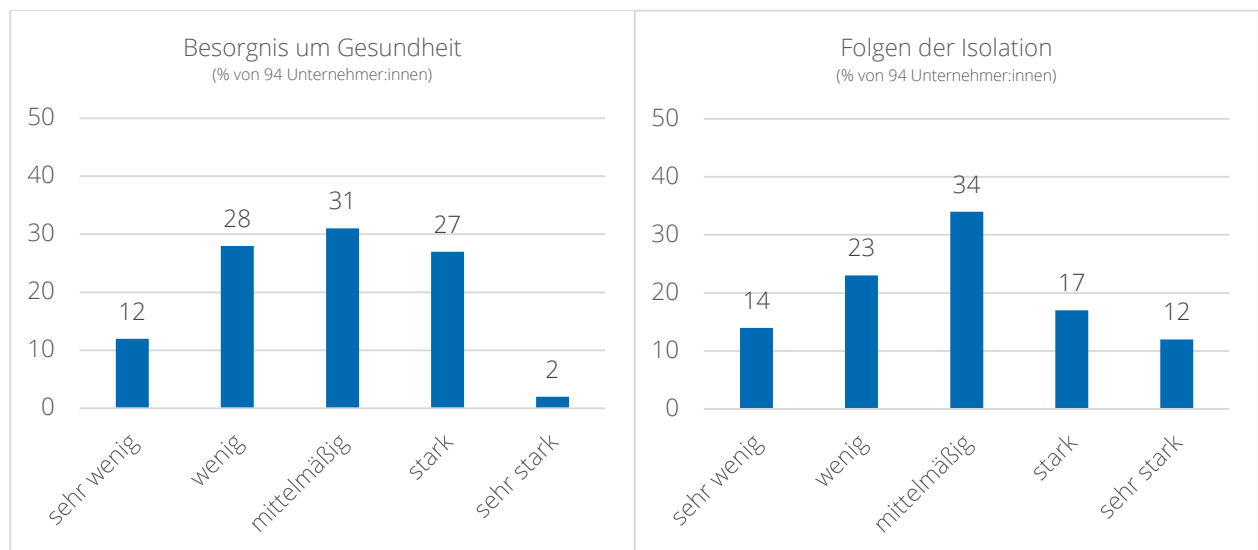


Abbildung 10

Außerdem wurde untersucht, ob die befragten Unternehmer:innen weitere Belastungen erlebten, z.B. aufgrund der Betreuung von Kindern im eigenem Haushalt oder der Pflege von Eltern bzw. Großeltern. Auf diese Frage antwortete knapp ein Drittel mit „Ja“ (33%; 31 Personen) und zwei Drittel mit „Nein“ (66%; 62 Personen).

#### 3.2 Arbeitsbezogene Stressoren

Für die **emotionale Belastung** bei der Arbeit zum Zeitpunkt der zweiten Pandemiewelle in Deutschland zeigte sich, dass mehr als ein Drittel der befragten Unternehmer:innen (39 %; 37 Personen) diese als „stark“ oder „sehr stark“ erlebten ( $MW = 3.17, SD = 0.96$ ). Somit verlangte ihnen ihre Arbeit emotional sehr viel ab und sie sahen sich



bei der Arbeit mit Dingen konfrontiert, die sie persönlich berührten. Hingegen fühlte sich ein geringerer Anteil (22 %; 21 Personen) nur „wenig“ bis „sehr wenig“ emotional belastet (Abbildung 11, links).

Die **kognitive Belastung** bei der Arbeit wurde von der Mehrheit der Befragten als „stark“ oder „sehr stark“ wahrgenommen ( $MW = 4.13$ ,  $SD = 0.78$ ). So berichteten 84 % (78 Personen), dass ihre Arbeit in den letzten vier Wochen zum Zeitpunkt der Befragung große Sorgfalt sowie ständiges Nachdenken erforderte, wohingegen nur wenige der Befragten (3 %; 3 Personen) angaben, sich „wenig“ bis „sehr wenig“ kognitiv belastet zu fühlen (Abbildung 11, rechts).

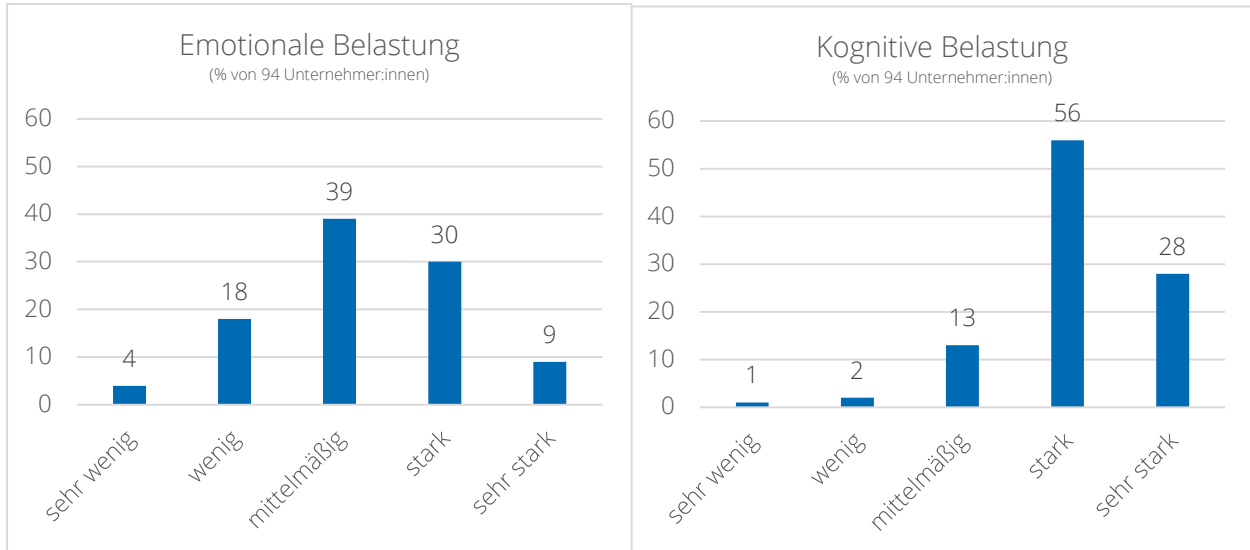


Abbildung 11

Ein weiterer wesentlicher Faktor während der COVID-19-Pandemie ist die subjektiv erlebte **Unsicherheit** von Unternehmer:innen bei der Arbeit. Dazu zählen z.B. die Konfrontation mit unvorhergesehenen Problemen, eine ungewisse Zukunft des Unternehmens oder das Treffen riskanter Entscheidungen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich 34 % (32 Personen) „wenig“ bzw. „sehr wenig“, 32 % (30 Personen) „mittelmäßig“ und 34 % (32 Personen) „stark“ bzw. „sehr stark“ durch diesen arbeitsbezogenen Stressor bedroht fühlten (Abbildung 12, links). Außerdem konnte ein signifikanter Unterschied im Vergleich zur Umfrage vom Frühjahr 2020 festgestellt werden. Während sich die Befragten zum Zeitpunkt der ersten Untersuchungswelle noch etwas mehr von der Unsicherheit bei der Arbeit konfrontiert sahen, wurde diese in der zweiten Befragungswelle geringer eingeschätzt ( $MW_{Welle1} = 3.27$ ,  $SD_{Welle1} = 0.98$  vs.  $MW_{Welle2} = 3.09$ ,  $SD_{Welle2} = 0.94$ ).

Mit Blick auf die subjektiv erlebte **Einsamkeit** als arbeitsbezogener Stressor gab knapp die Hälfte der Befragten (55 %; 51 Personen) an, dass sie sich während der zweiten COVID-19-Welle nur „wenig“ bis „sehr wenig“ einsam und allein bei ihrer Arbeit fühlten (Abbildung 12, rechts). Erwähnenswert ist ein signifikanter Unterschied bezüglich der Unternehmergruppe. Solo-Selbstständige berichteten mehr arbeitsbezogene Einsamkeit als Inhaber:innen von KMU ( $MW_{SOLO} = 2.79$ ,  $SD_{SOLO} = 1.21$  vs.  $MW_{KMU} = 2.03$ ,  $SD_{KMU} = 0.88$ ).

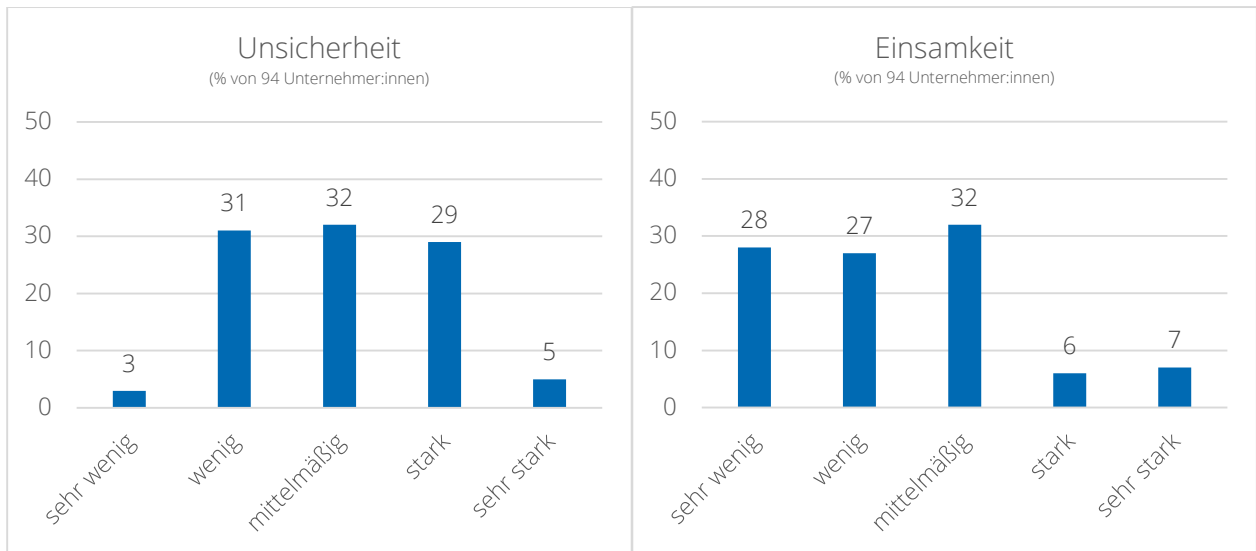


Abbildung 12

Um herauszufinden, wie stressig die Unternehmer:innen ihr Leben während der zweiten Pandemiewelle wahrnahmen, wurde ihr **Stresserleben** erfasst. Es wurde untersucht, wie häufig sich die Unternehmer:innen überfordert, nervös oder reizbar gefühlt haben und über Dinge geärgert haben, über die sie keine Kontrolle hatten. Ein hoher wahrgenommener Stress stellt einen Frühwarnindikator für schlechte Gesundheit und die Entwicklung von physischen oder psychischen Erkrankungen dar (Klein et al., 2016). Die Mehrheit der Befragten zeigte ein „mittelmäßiges“ Stresserleben (59 %, 55 Personen;  $MW = 18,61$ ;  $SD = 7,85$ ) (Abbildung 13), wobei Frauen mehr Stress berichteten als die männlichen Unternehmer ( $MW_F = 21,11$ ,  $SD_F = 0,79$  vs.  $MW_M = 16,07$ ,  $SD_M = 0,70$ ).

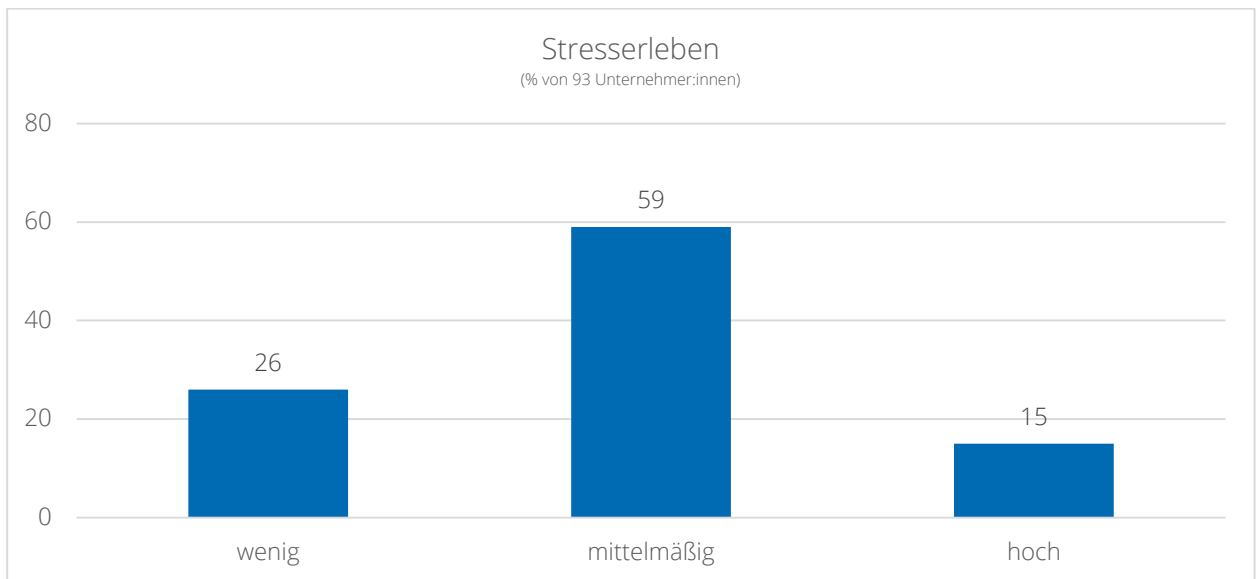


Abbildung 13

### 3.3 Persönliche und gesundheitliche Auswirkungen

Den Ergebnissen der Erstbefragung im Frühjahr 2020 entsprechend berichteten fast drei Viertel der befragten Unternehmer:innen (72 %, 68 Personen) auch in der zweiten Pandemiewelle im Winter 2020/2021 von einer „hohen“ bis „sehr hohen“ **Arbeitszufriedenheit**. So gab die Mehrheit der Befragten an, dass sie die Dinge mögen, die sie bei der Arbeit tun und dass sie stolz auf ihre Arbeit sind ( $MW = 3,95$ ,  $SD = 0,84$ ). Keine:r der Befragten berichtete „sehr wenig“ mit der Arbeit zufrieden zu sein (Abbildung 14).

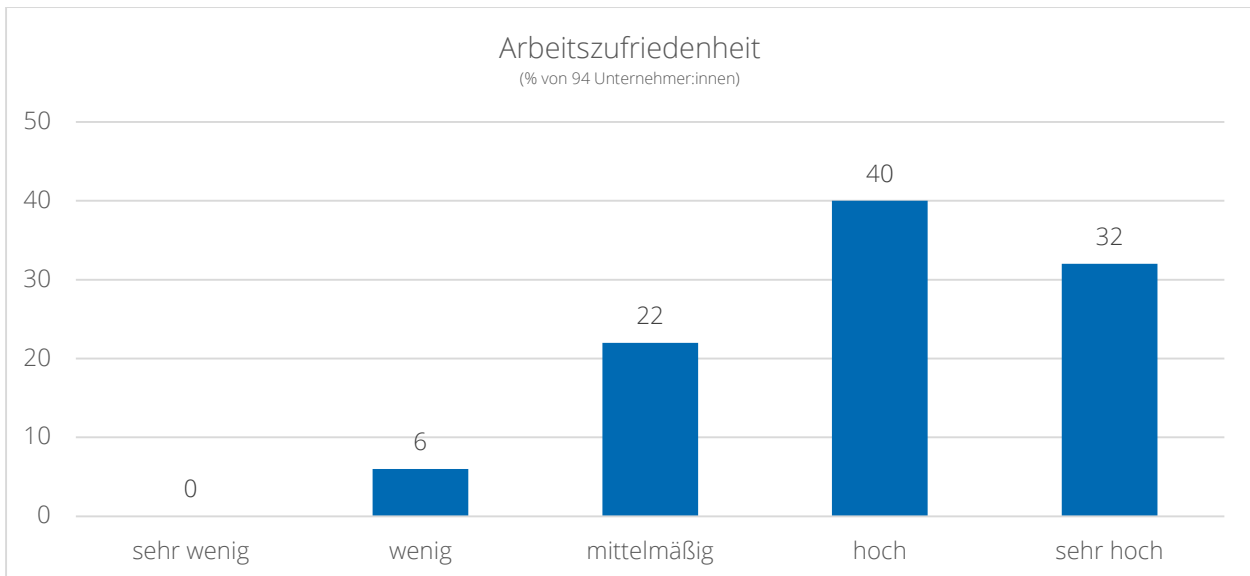


Abbildung 14

Für die gegenwärtige allgemeine **Lebenszufriedenheit** zum Zeitpunkt der Zweitbefragung zeigte sich, dass über die Hälfte der Befragten (58 %; 54 Personen) „sehr zufrieden“ mit ihrem Leben ist. 30 % (28 Personen) antworteten mit „zufrieden“ und nur 12 % (12 Personen) mit „nicht zufrieden“ (Abbildung 15). Demzufolge war der Großteil der Befragten zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrem Leben ( $MW = 6.27$ ,  $SD = 2.32$ ). Darüber hinaus ließ sich mit Blick auf das Geschlecht ein signifikanter Unterschied feststellen, wobei Männer mit ihrem Leben im Allgemeinen zufriedener waren im Vergleich zu Frauen ( $MW_M = 6.78$ ,  $SD_M = 1.98$  vs.  $MW_F = 5.77$ ,  $SD_F = 2.54$ ).

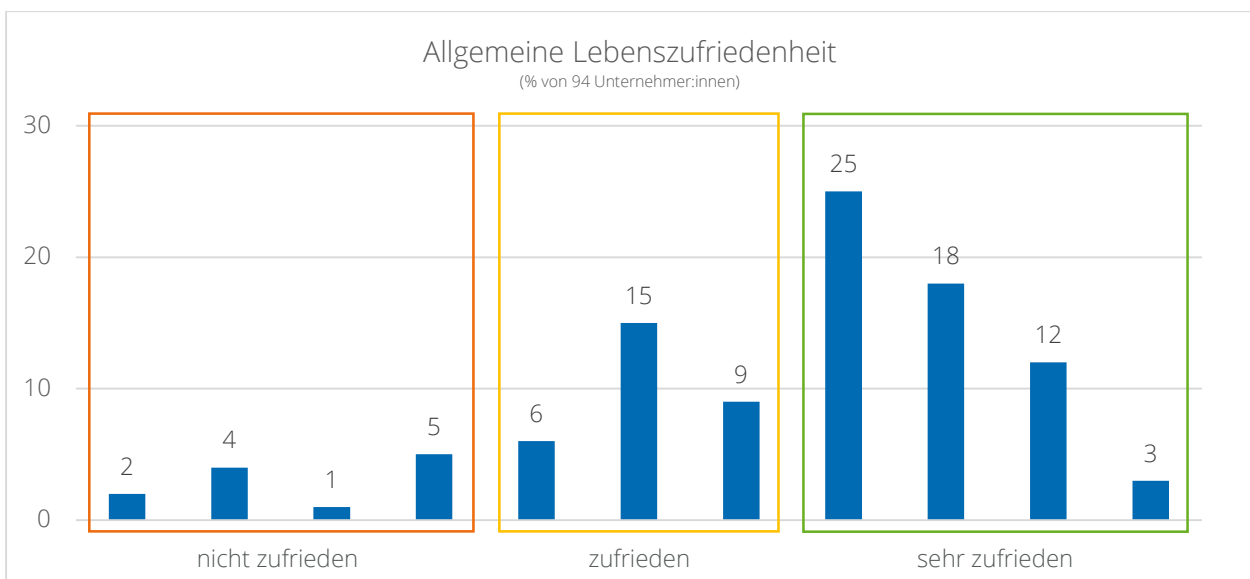


Abbildung 15

Um das **Wohlbefinden** der Unternehmer:innen zu erfassen, wurde die **Vitalität** untersucht. Vitalität beschreibt einen Zustand, sich energetisch, aufmerksam und aufgeweckt zu fühlen. Aus der Befragung geht hervor, dass sich mehr als ein Drittel (39 %; 37 Personen) aller 94 Unternehmer:innen „wenig“ bis „sehr wenig“ vital fühlen ( $M = 2.91$ ,  $SD = 0.95$ ), wobei die Männer höhere Vitalitätswerte erzielten als die Frauen ( $MW_M = 3.17$ ,  $SD_M = 0.88$  vs.  $MW_W = 2.67$ ,  $SD_W = 0.95$ ). 32 % (30 Personen) der Befragten berichteten, dass sie sich als „mittelmäßig“ energiegeladener und aufmerksam empfinden. Etwas mehr als ein Viertel (29 %; 27 Personen) gab eine „hohe“ bis „sehr hohe“ Vitalität an (Abbildung 16). 12 % (11 Personen) der Unternehmer:innen sagten, dass sie sich auf jeden neuen Tag freuen.

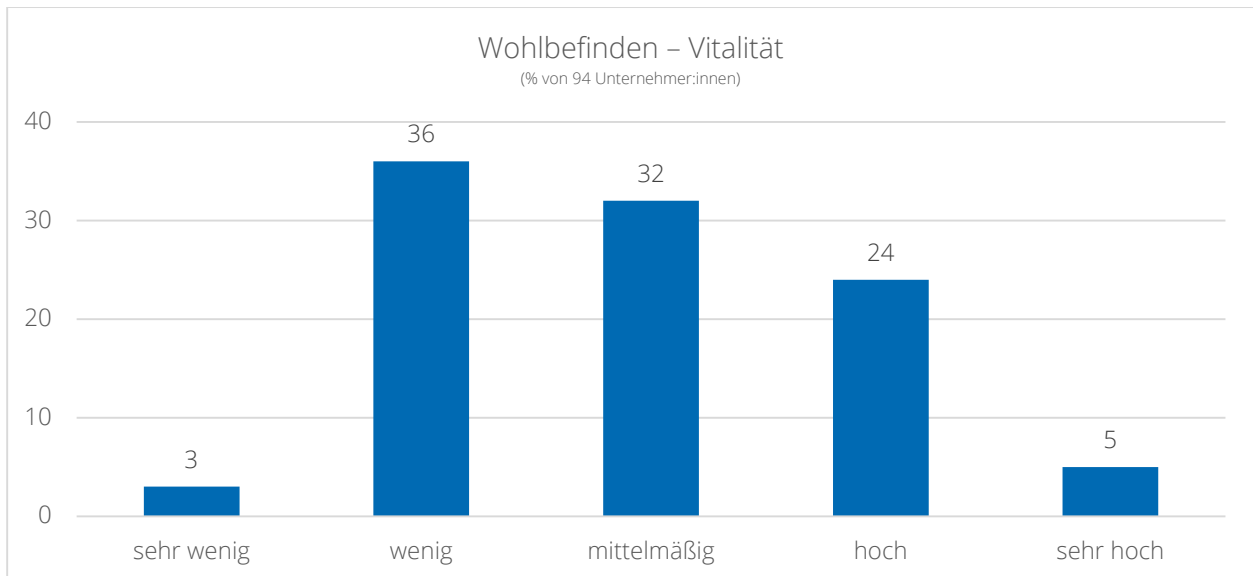


Abbildung 16

## 4. Persönliche Ressourcen der Unternehmer:innen

Im vierten Kapitel werden die persönlichen Ressourcen der Unternehmer:innen fokussiert. Diese unterstützen die Bewältigung der COVID-19-Krise und helfen Unternehmer:innen die Pandemie erfolgreich durchzustehen. Insbesondere wird auf die Resilienz als persönlicher Schutzfaktor eingegangen, gefolgt von Stress-Mindset und Erholung. Diese Faktoren stärken einen positiven Umgang der Unternehmer:innen mit dem durch die COVID-19-Pandemie hervorgerufenen Stress und helfen ihnen ihr Wohlbefinden sowie ihre Gesundheit zu erhalten.

### 4.1 Resilienz

Neben Hoffnung, Selbstwirksamkeit und Optimismus gehört **Resilienz** (Widerstandsfähigkeit) zu den vier Dimensionen positiven psychologischen Kapitals. Damit sind psychische Ressourcen gemeint, die dem Individuum nicht nur im Privatleben, sondern auch im Berufsleben zur Verfügung stehen. Sie sind essenziell für die Arbeitszufriedenheit, das Wohlbefinden und nicht zuletzt für die individuelle Leistung (Luthans, Avolio, Avey & Norman, 2007; Soucek, Ziegler, Schlett & Pauls, 2016). Dabei beschreibt Resilienz die Fähigkeit, mit schwierigen Situationen umgehen zu können, diese erfolgreich zu bewältigen und aus negativen Erlebnissen gestärkt hervorzugehen (Luthans, 2002). Resiliente Menschen können auf Stressoren in wechselnden Situationen flexibel und kreativ reagieren. Sie behalten Kraft und Belastbarkeit oder bauen diese sogar zusätzlich auf. Resiliente, d.h. widerstandsfähige Menschen erholen sich nach negativen emotionalen Erfahrungen schneller als andere.

Während der zweiten Pandemiewelle zeichneten sich die befragten Unternehmer:innen durch hohe Resilienzwerte aus ( $MW = 4.53$ ,  $SD = 0.74$ ). Dabei schätzte die Mehrheit die eigene Widerstandsfähigkeit als „eher hoch“, „hoch“ oder „sehr hoch“ ein (89 %; 84 Personen). Nur ein sehr geringer Anteil von 11 % (10 Personen) bewertete ihre Resilienz als gering (Abbildung 17). Zwischen der ersten und zweiten Erhebungswelle konnten keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Resilienz konstatiert werden. Es gibt hierbei bei den Befragten keine Geschlechtsunterschiede oder Unterschiede zwischen Solo-Selbstständigen und Inhaber:innen von KMU.



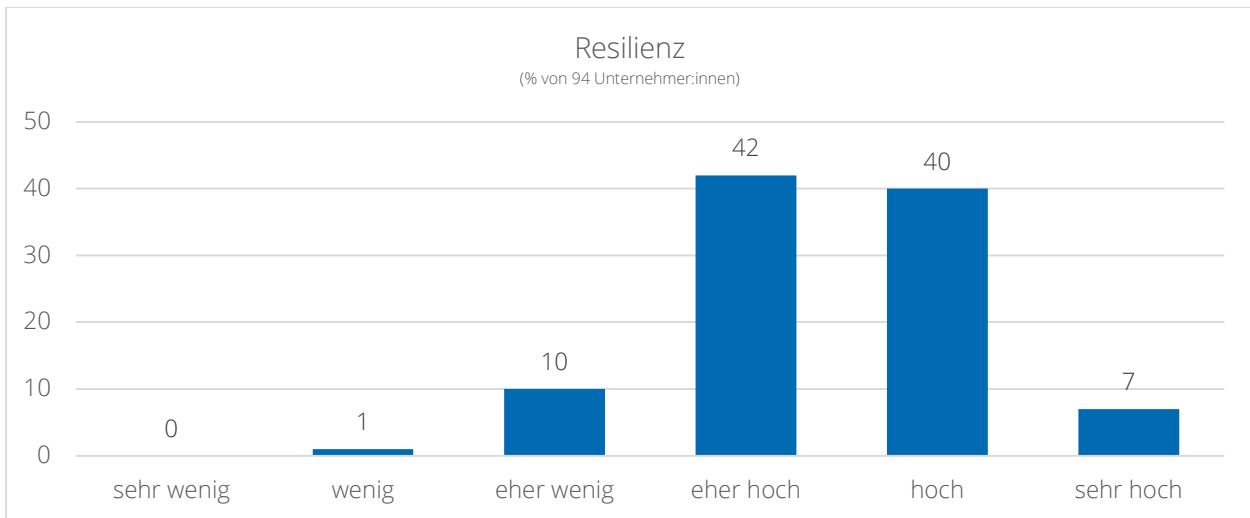


Abbildung 17

## 4.2 Stress-Mindset

Menschen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Grundeinstellung gegenüber Stress. Das heißt, sie verfügen über verschiedene **Stress-Mindsets**. So können Menschen eine positive Grundeinstellung gegenüber Stress haben, welche die hinderlichen Auswirkungen von Stress auf die Gesundheit und die Arbeitsleistung abschwächt (Crum, Salovey & Achor, 2013). Bezogen auf die befragten Unternehmer:innen verfügt der Großteil (45 %; 43 Personen) über jene Denkweise, dass sich Stress auf sie eher hinderlich auswirkt (Abbildung 18). 41 % (38 Personen) der Befragten haben eine neutrale Grundeinstellung gegenüber Stress und gaben weder ein förderliches noch hinderliches Stress-Mindset an ( $M = 2.69, SD = 0.78$ ).

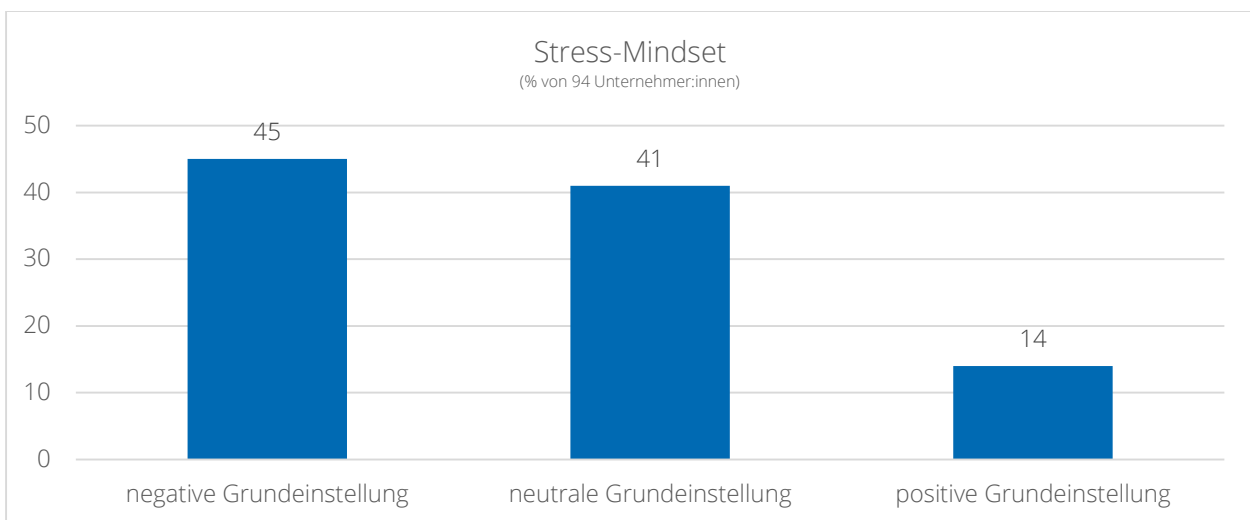


Abbildung 18

## 4.3 Erholung

Insbesondere in herausfordernden Situationen, wie in der COVID-19-Pandemie, ist **Erholung** essenziell. Erholung lindert die negativen Auswirkungen von Stress auf die Gesundheit und wirkt sich positiv auf das Wohlbefinden und die Arbeitsleistung aus (Sonnentag & Geurts, 2009).

Zum Zeitpunkt der Befragung berichtete die Mehrheit (46 %; 43 Personen) der 94 Befragten insgesamt von einer „mittelmäßigen“ oder „eher guten“ (37 %; 35 Personen) Erholung ( $M = 3.36, SD = 0.66$ ; Abbildung 19). Die *Entspannung* nach der Arbeit (z.B. Zeit zum Relaxen, Seele baumeln lassen) gelang 39 % (37 Personen) der Unternehmer:innen „mittelmäßig“ und einem Drittel (31 Personen) sogar „eher gut“ ( $M = 3.39, SD = 0.89$ ).

Außerdem berichteten die Befragten, dass sie ihre *Freizeitaktivitäten* „mittelmäßig“ (32 %; 30 Personen) bis „eher gut“ (37 %; 35 Personen) *meistern* ( $M = 3.38, SD = 0.92$ ), wobei Männern dies signifikant besser gelang als Frauen ( $MW_M = 3.61, SD_M = 0.87$  vs.  $MW_W = 3.16, SD_W = 0.92$ ). Die Hälfte (50 %; 47 Personen) der befragten Unternehmer:innen gab zudem an, „eher“ *Kontrolle* über ihre Freizeit zu haben ( $M = 3.76, SD = 0.88$ ). Am schwersten fiel es den Befragten, sich nach Feierabend gedanklich von ihrer Arbeit zu distanzieren ( $M = 2.90, SD = 1.05$ ). Je fast ein Drittel (32 %; 30 Personen) gab an, „eher nicht“ oder „mittelmäßig“ *von der Arbeit abschalten* zu können. Hinsichtlich *körperlicher Erholung* gaben 20 % (19 Personen) der Unternehmer:innen an regelmäßig 30 Minuten Sport am Tag zu treiben. Ein Viertel (25 %; 23 Personen) der Befragten *ernährt sich* vorwiegend gesund.

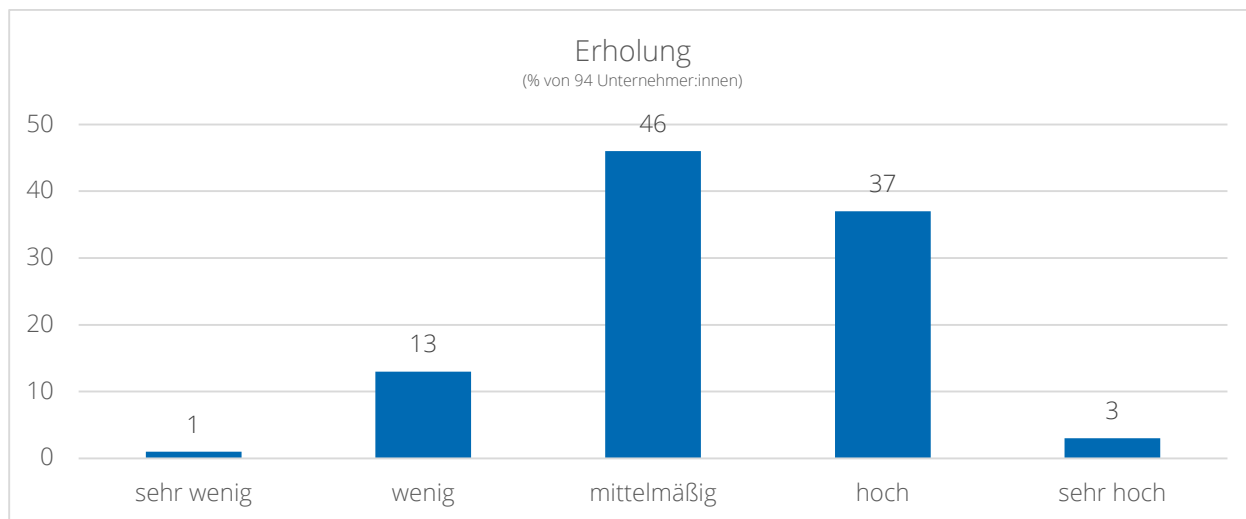


Abbildung 19

Ein weiterer wesentlicher Erholungsfaktor ist **Schlaf**. Schlaf wirkt regenerierend und hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Gesundheit und Leistungsfähigkeit (Gish, Wagner, Grégoire & Barnes, 2019; Levasseur, Tang & Karami, 2019). Außerdem zeigt die bisherige Forschung, dass sich Schlaf positiv auf die Kreativität und Innovativität von Unternehmer:innen auswirkt (Weinberger, Wach, Stephan & Wegge, 2018; Williamson, Battisti, Leatherbee & Gish, 2019). Fast die Hälfte (47 %; 44 Personen) der 94 befragten Unternehmer:innen bewertete ihre **Schlafqualität** als „ziemlich gut“, während 36 % (34 Personen) „ziemlich schlecht“ ( $M = 2.52, SD = 0.77$ ) schliefen (Abbildung 20). Der Geschlechtervergleich ergab, dass die befragten Männer zum Zeitpunkt der Befragung eine signifikant bessere Schlafqualität aufwiesen als die Frauen ( $MW_M = 2.70, SD_M = 0.662$  vs.  $MW_W = 2.35, SD_W = 0.838$ ).

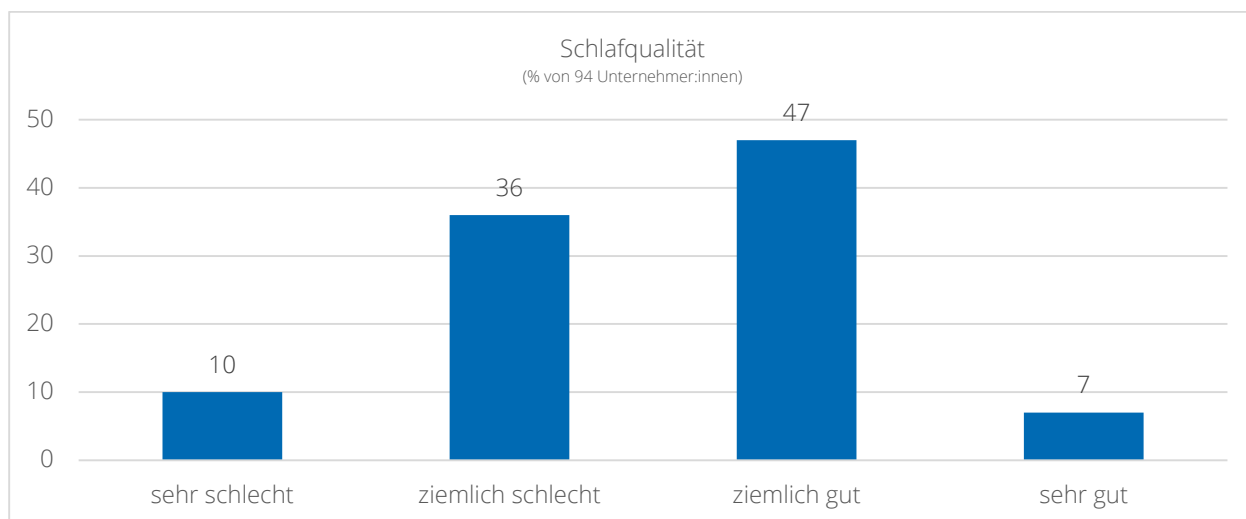


Abbildung 20

## Ausblick

Die vorliegende Studie ist ein Teil eines Forschungsprojektes, mit dem die wirtschaftlichen, persönlichen und gesundheitlichen Folgen der COVID-19-Pandemie für Unternehmer:innen in Deutschland langfristig untersucht werden. Sie betrachtet den Zeitraum des zweiten Lockdowns im Winter 2020/2021 und komplementiert somit die erste Studie vom Frühjahr 2020. Basierend auf den bisherigen Studienergebnissen kann festgehalten werden, dass sehr viele Unternehmer:innen von der COVID-19-Krise wirtschaftlich sehr stark betroffen und existenziell bedroht sind. Trotz dessen berichten sie eine hohe Arbeits- und Lebenszufriedenheit. Alarmierend ist, dass sich nur wenige der Befragten von der Arbeit erholen können und somit bei der Mehrzahl der Befragten der Aufbau ihrer gesundheitlichen Ressourcen gefährdet ist. In Kombination mit hohen kognitiven Anforderungen kann sich eine fehlende mentale Erholung und Distanzierung von der Arbeit kurz wie langfristig negativ auf das Wohlbefinden der Unternehmer auswirken (Wach, Stephan, Weinberger, & Wegge, 2021). Demgegenüber ist positiv zu bewerten, dass die befragten Unternehmer:innen durch eine hohe Resilienz gekennzeichnet sind. Diese Widerstandsfähigkeit behalten die Befragten trotz der andauernden Krise bei.

Insgesamt bietet die vorliegende Studie einige praktische Implikationen zur Unterstützung von Unternehmer:innen. Insbesondere empfehlen wir einen proaktiven Umgang mit der Krise, gekennzeichnet durch aktive Suche nach neuen Geschäftsgelegenheiten sowie nach Möglichkeiten zu deren Umsetzung. Dies könnte die Erhöhung der Attraktivität des eigenen Geschäftsportfolios versprechen. Zudem hilft es Unternehmer:innen ihre durch die COVID-19-Pandemie stark eingeschränkte Autonomie und Kontrolle über die eigene unternehmerische Aktivität (wieder) herzustellen.

Die Ergebnisse der Studie können aufgrund der fehlenden Repräsentativität der Stichprobe nicht generalisiert werden. Dennoch ergeben sich wichtige Einblicke in die unternehmensbezogenen und persönlichen Folgen der COVID-19-Pandemie auf Unternehmer:innen in Deutschland.

Wir danken allen befragten Unternehmer:innen für die Teilnahme.

## Literaturverzeichnis

- Crum, A. J., Salovey, P. & Achor, S. (2013). Rethinking stress: The role of mindsets in determining the stress response. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104, 716–733. doi: 10.1037/a0031201
- Gish, J., Wagner, D. T., Grégoire, D. A. & Barnes, C. M. (2019). Sleep and entrepreneurs' abilities to imagine and form initial beliefs about new venture ideas. *Journal of Business Venturing*. doi: 10.1016/j.jbusvent.2019.06.004
- Klein, E. M., Brähler, E., Dreier, M., Reinecke, L., Müller, K. W., Schmutzer, G., Wölfling, K. & Beutel, M. E. (2016). The German version of the Perceived Stress Scale–psychometric characteristics in a representative German community sample. *BMC psychiatry*, 16(1), 1–10. doi: 10.1186/s12888-016-0875-9
- Levasseur, L., Tang, J. & Karami, M. (2019). Insomnia: An Important Antecedent Impacting Entrepreneurs' Health. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(44). doi: 10.3390/jrfm12010044
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(6), 695–706. doi: 10.1002/job.165
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B. & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541–572. doi: 10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x.
- Sonnentag, S. & Geurts, S. A. E. (2009). Methodological issues in recovery research. In S. Sonnentag, P. L. Perrewé, & D. C. Ganster (Hrsg.), *Current perspectives on jobstress recovery: Research in occupational stress and well-being* (S. 1–36). Oxford, United Kingdom: Emerald Publishing Group.
- Soucek, R., Ziegler, M., Schlett, C. & Pauls, N. (2016). Resilienz im Arbeitsleben – Eine inhaltliche Differenzierung von Resilienz auf den Ebenen von Individuen, Teams und Organisationen. *Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie (GIO)*, 47(2), 131–137. doi: 10.1007/s11612-016-0314-x
- Weinberger, E., Wach, D., Stephan, U. & Wegge, J. (2018). Having a creative day: Understanding entrepreneurs' daily idea generation through a recovery lens. *Journal of Business Venturing*, 33(1), 1–19. doi: 10.1016/j.jbusvent.2017.09.001
- Williamson, A. J., Battisti, M., Leatherbee, M. & Gish, J. J. (2019). Rest, Zest, and My Innovative Best: Sleep and Mood as Drivers of Entrepreneurs' Innovative Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3), 582–610. doi: 10.1177/1042258718798630



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.

Gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Freistaat Sachsen im Rahmen der Exzellenzstrategie von Bund und Ländern.

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

Projektwebsite: <https://www.kcl.ac.uk/research/supporting-entrepreneurship-covid-19-pandemic-global-study-entrepreneurs-resilience-well-being>



## **Kontakt**

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

## **Impressum**

Technische Universität Dresden  
Fakultät Psychologie  
Professur für Arbeits- und Organisationspsychologie  
Dominika Wach, Denise Doan, Elsa Sophie Herhold,  
Bastian Frenzel

Dresden, 2021

Mehr Informationen über folgenden Link:

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

<https://www.kcl.ac.uk/research/supporting-entrepreneurship-covid-19-pandemic-global-study-entrepreneurs-resilience-well-being>