



Stuttgarter Unternehmensbefragung 2020

Corona – Erfahrungen und Konsequenzen



Ziele und Methodik

Die Befragung sollte einen Einblick geben,

- wie sich **die Corona-Krise auf die Stuttgarter Unternehmen ausgewirkt** hat,
- wie sie ihre **derzeitige Situation** einschätzen und
- mit welchen **Strategien** die Unternehmen der Corona-Krise entgegen treten.
- Zudem wurde die Rolle **der örtlichen Handels- und Gewerbevereine für Unternehmen** thematisiert.

Die Ergebnisse beruhen auf einer **standardisierten Onlinebefragung**, welche im Zeitraum 31.07.2020 bis 23.08.2020 durchgeführt wurde. Die Befragung umfasst insgesamt 410 Teilnehmer.



Inhalt

- Beschreibung der befragten Unternehmen
- Die wirtschaftliche Lage vor der Krise und heute
- Einzelne Auswirkungen der Krise für die Unternehmen
- Inanspruchnahme von finanzieller Unterstützung
- Maßnahmen der Stuttgarter Unternehmen zur Krisenbewältigung
- Die Handels- und Gewerbevereine und ihre Rolle für die Unternehmer



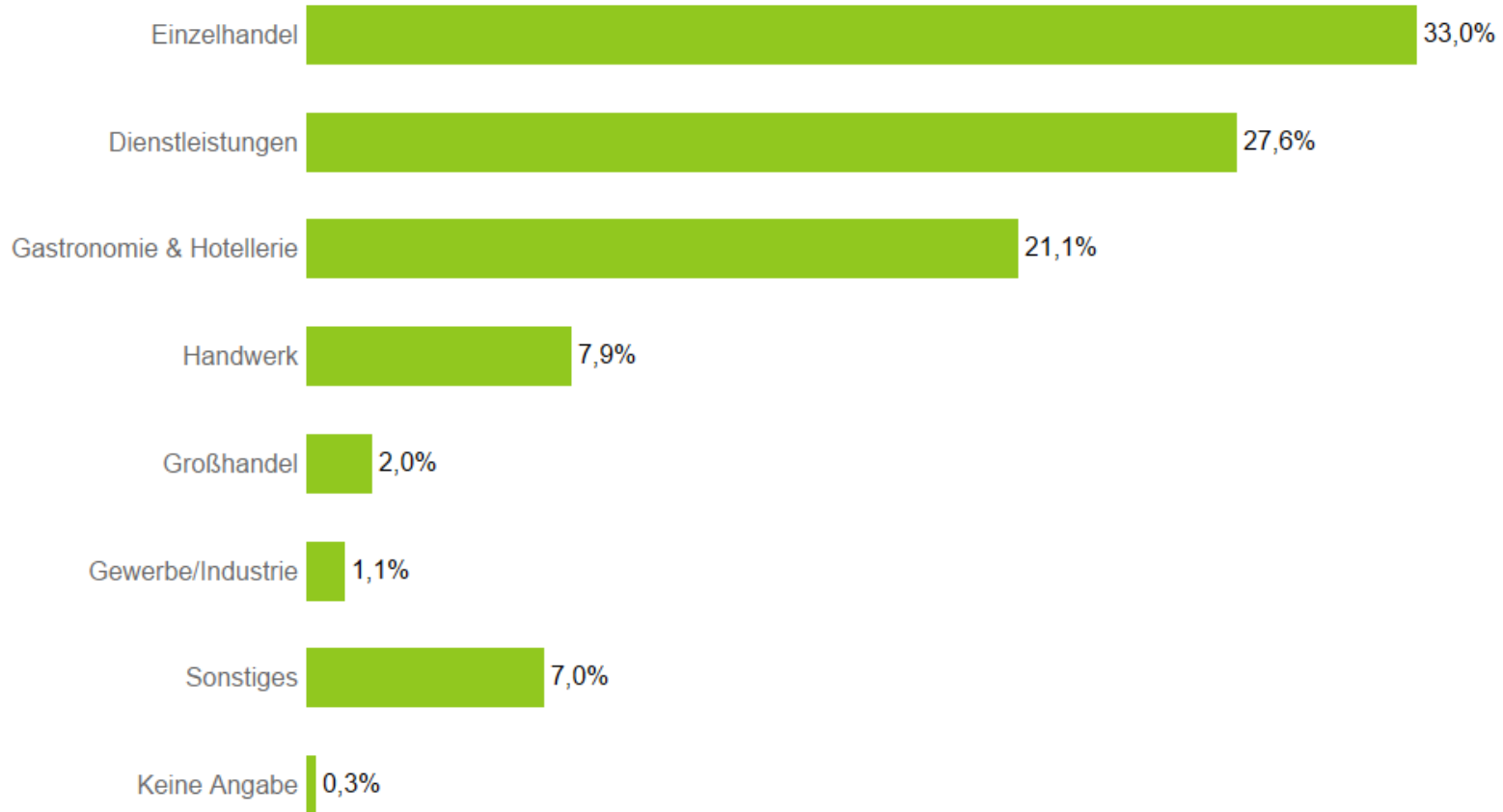
Die befragten Unternehmen

Beschreibende Daten



Welche Branche ordnen Sie Ihr Unternehmen zu?

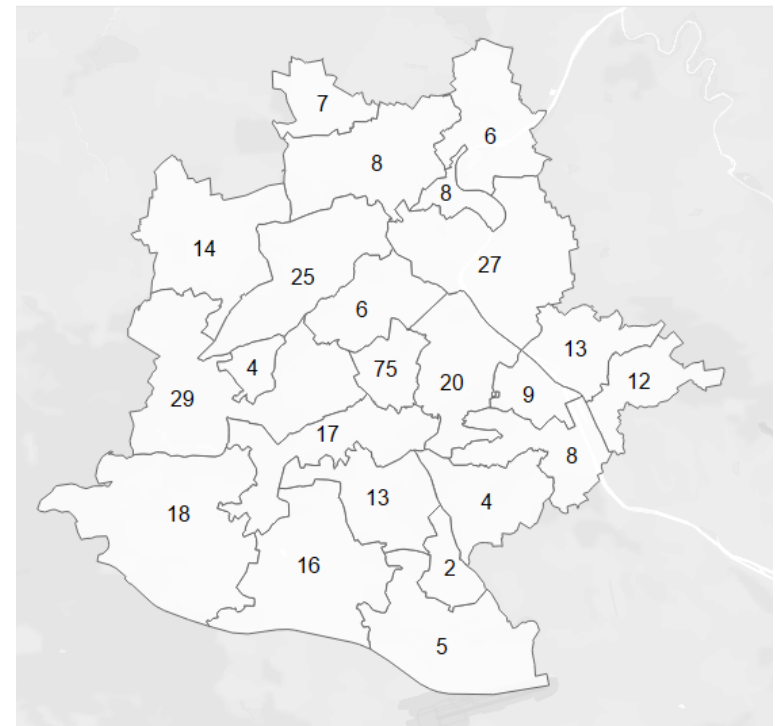
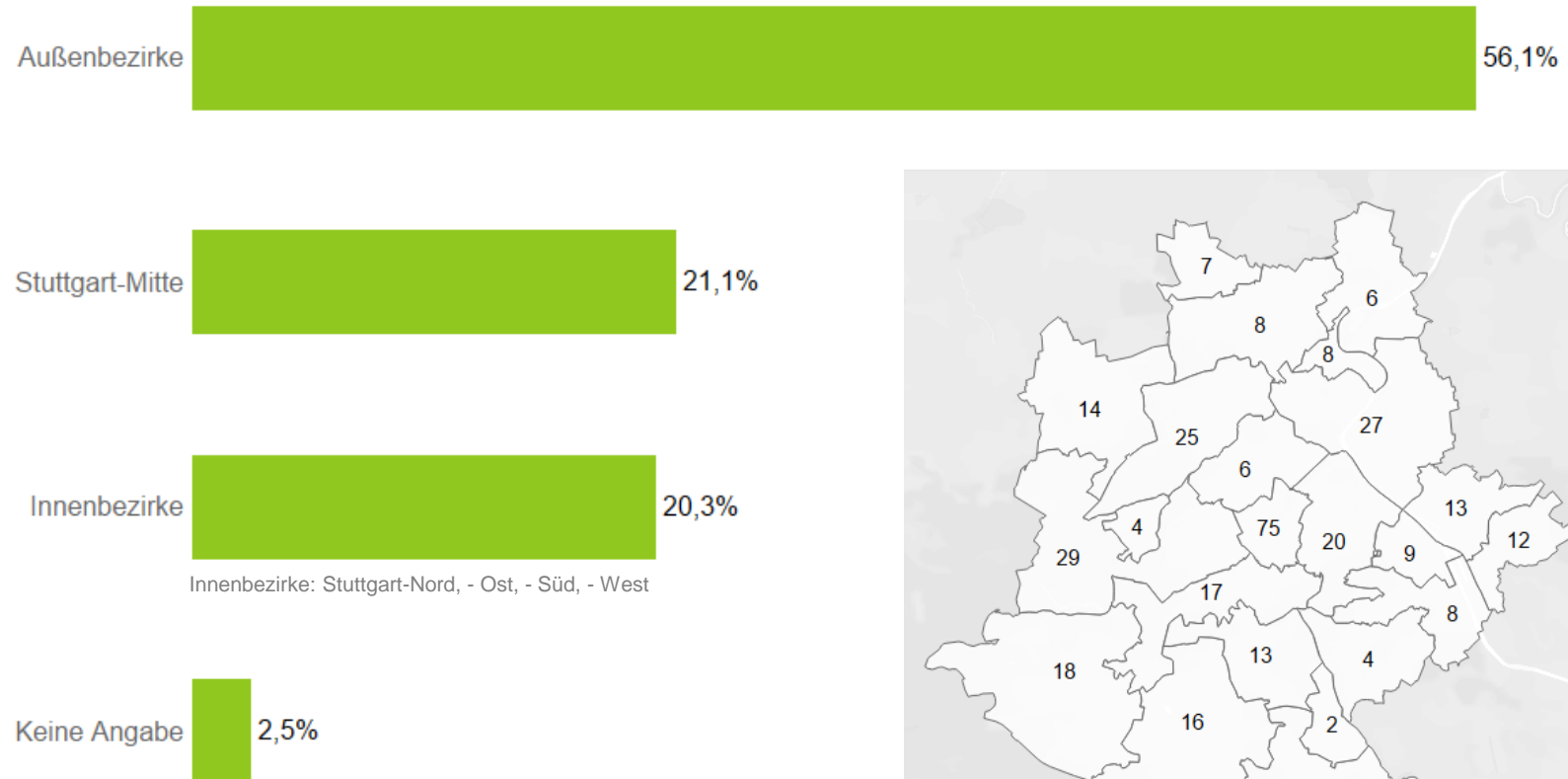
(n=355, Angaben in %)





Befragte Unternehmen nach Bezirken

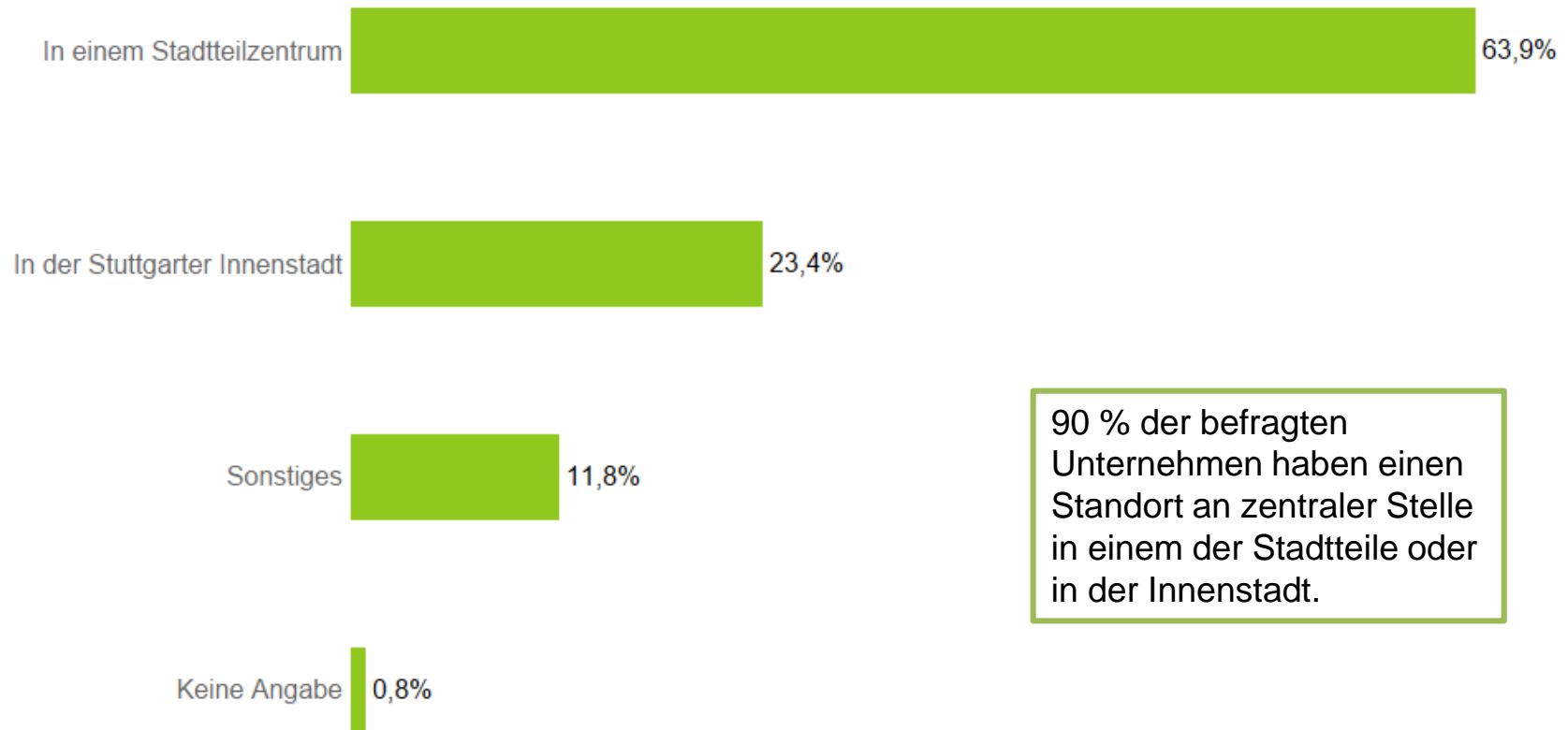
(n=329, Angaben in %)





Liegt Ihr Unternehmen in einem Stadtteilzentrum oder in der Stuttgarter Innenstadt?

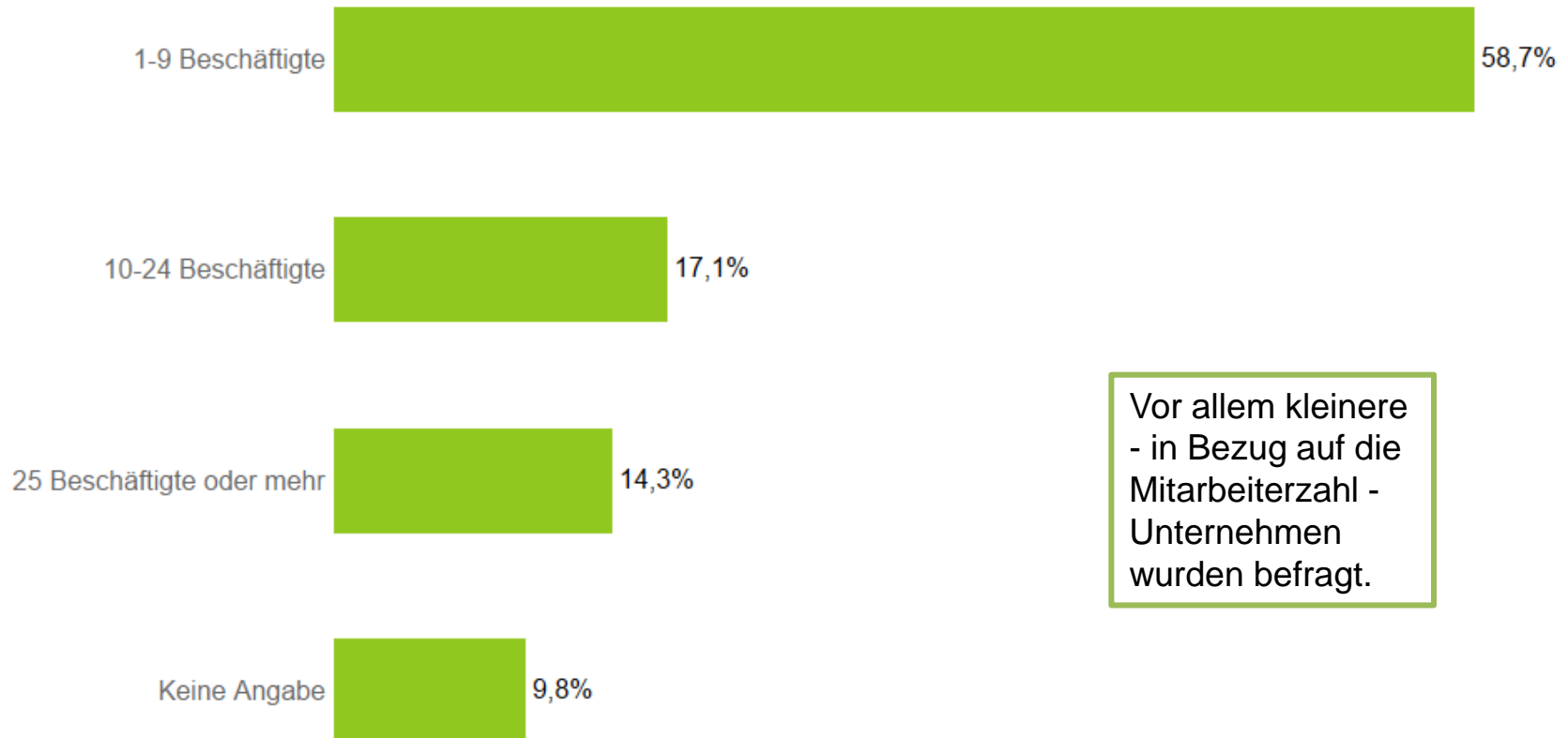
(n=355, Angaben in %)





Wie viele sozialversicherungspflichtig Beschäftigte hat Ihr Unternehmen in Stuttgart insgesamt?

(n=356, Angaben in % drei Gruppen)





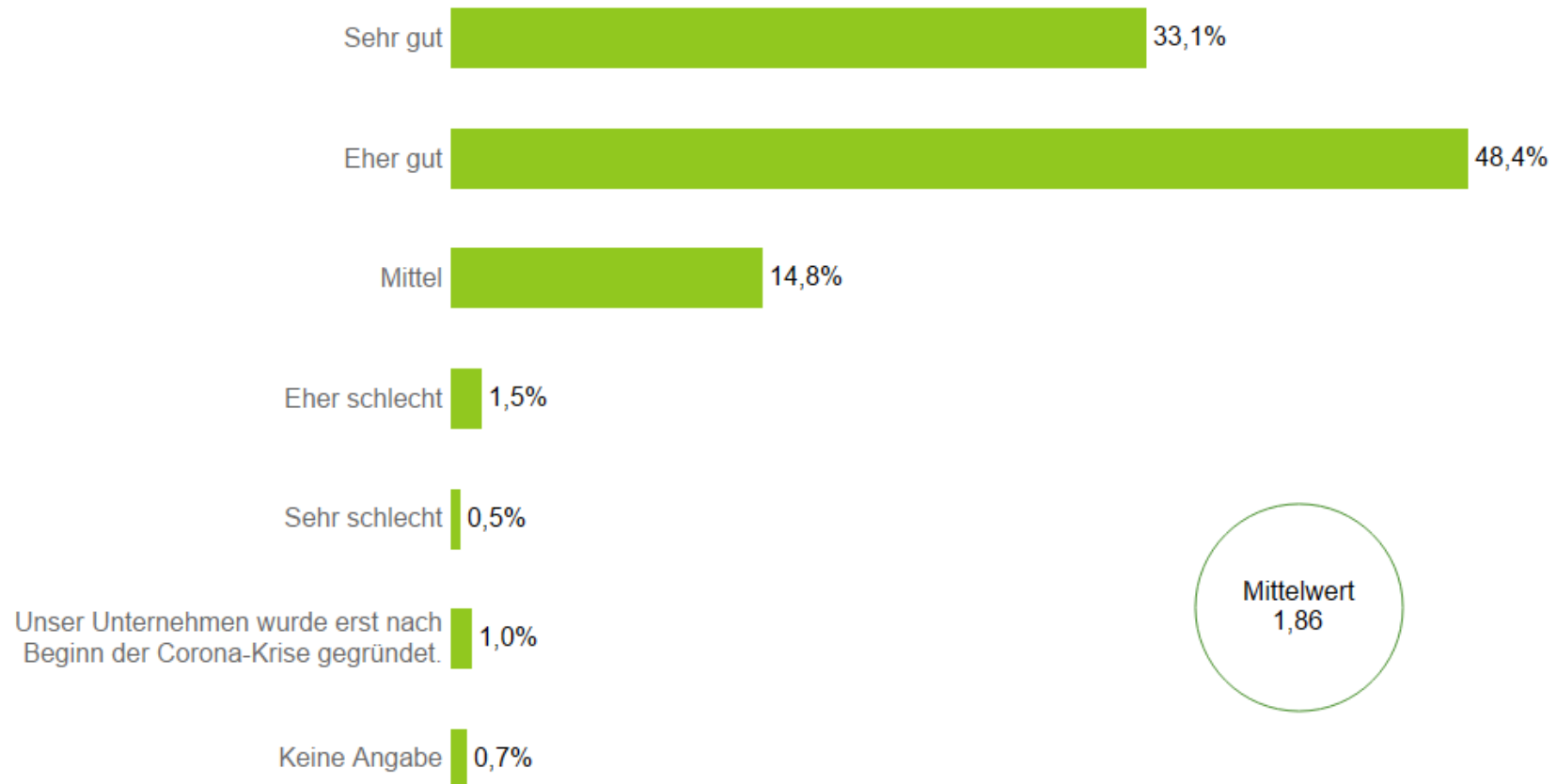
Die wirtschaftliche Lage vor der Corona-Krise und heute

Die aktuelle Situation der Unternehmen



Wie war die wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens vor Beginn der Corona-Krise?

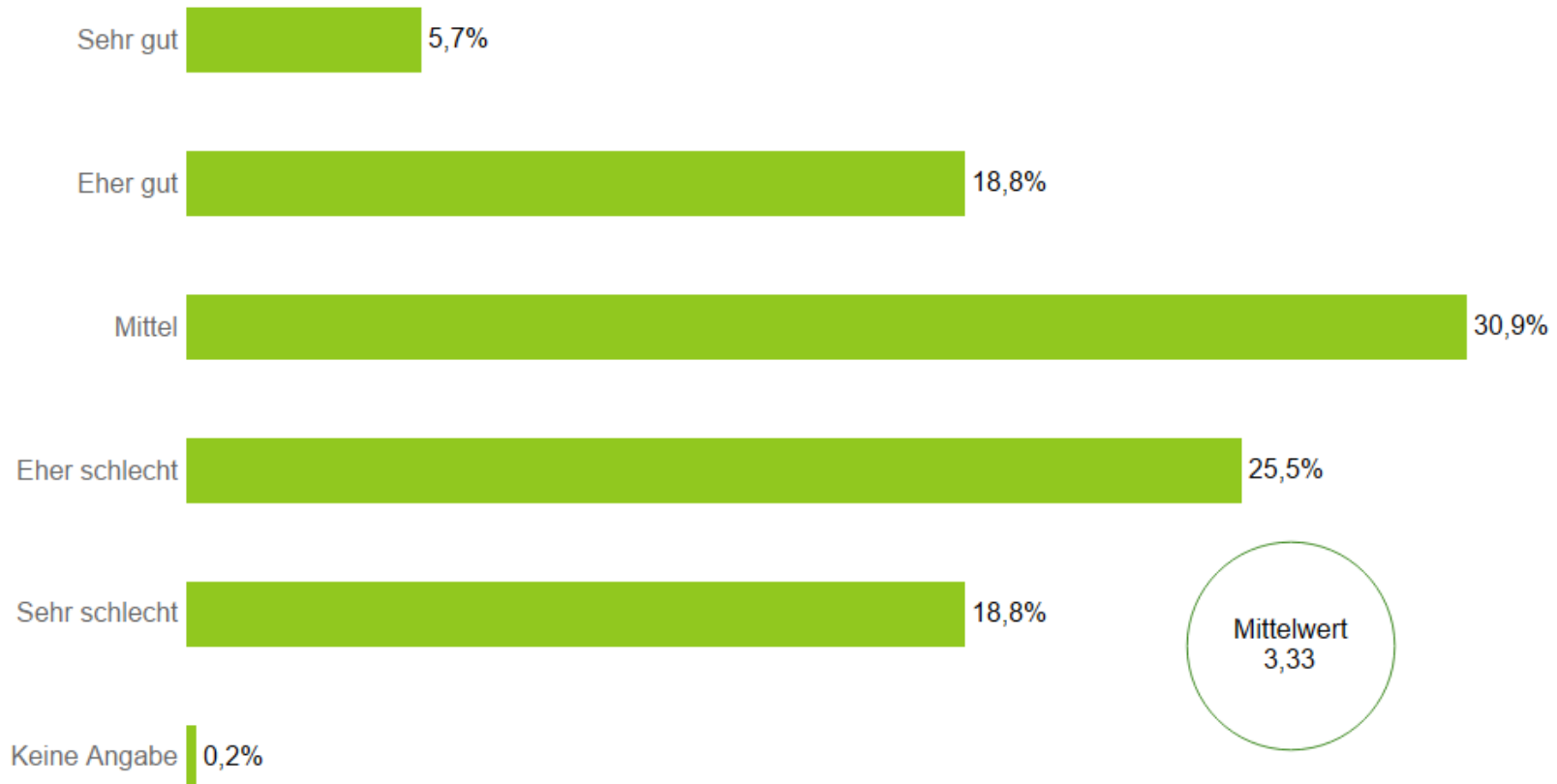
(n=405, Angaben in %, Mittelwert: 1= Sehr gut bis 5 = Sehr schlecht)





Wie ist die wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens heute?

(n=404, Angaben in %, Mittelwert: 1= Sehr gut bis 5 = Sehr schlecht)





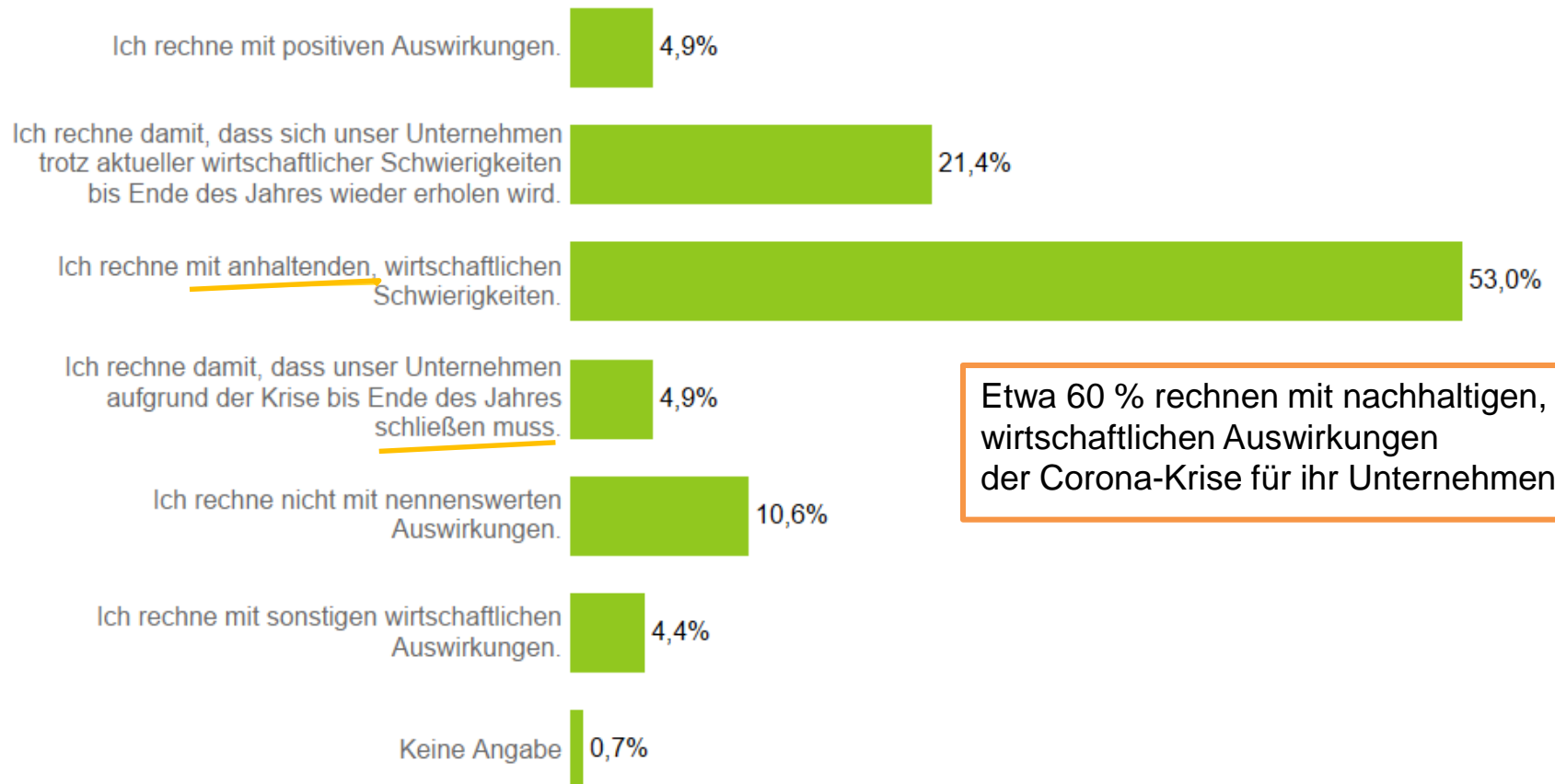
Einzelne Auswirkungen der Krise für die Unternehmen

Die aktuelle Situation der Unternehmen



Wie schätzen Sie die wirtschaftlichen Auswirkungen durch die Corona-Krise auf Ihr Unternehmen bis Ende 2020 ein?

(n=406, Angaben in %)





Unternehmensbereiche, auf die sich die Corona-Krise im ersten Halbjahr 2020 ausgewirkt hat

(n=383, Angaben in %)

	Rückgang/ Reduzierung	Keine Veränderung	Zunahme/ Erhöhung	k.A.
Zahl der Kunden	62	30	5	3
Zahl der Mitarbeiter	25	73	1	1
Liquidität	52	45	1	2
Eigene Arbeitszeit/Arbeitszeit der Mitarbeiter	44	47	6	3
Umsatz	73	17	7	3
	Ø 42%		Ø 9%	
	Ja			
Vorrübergehende Schließung des Unternehmens	47 %			



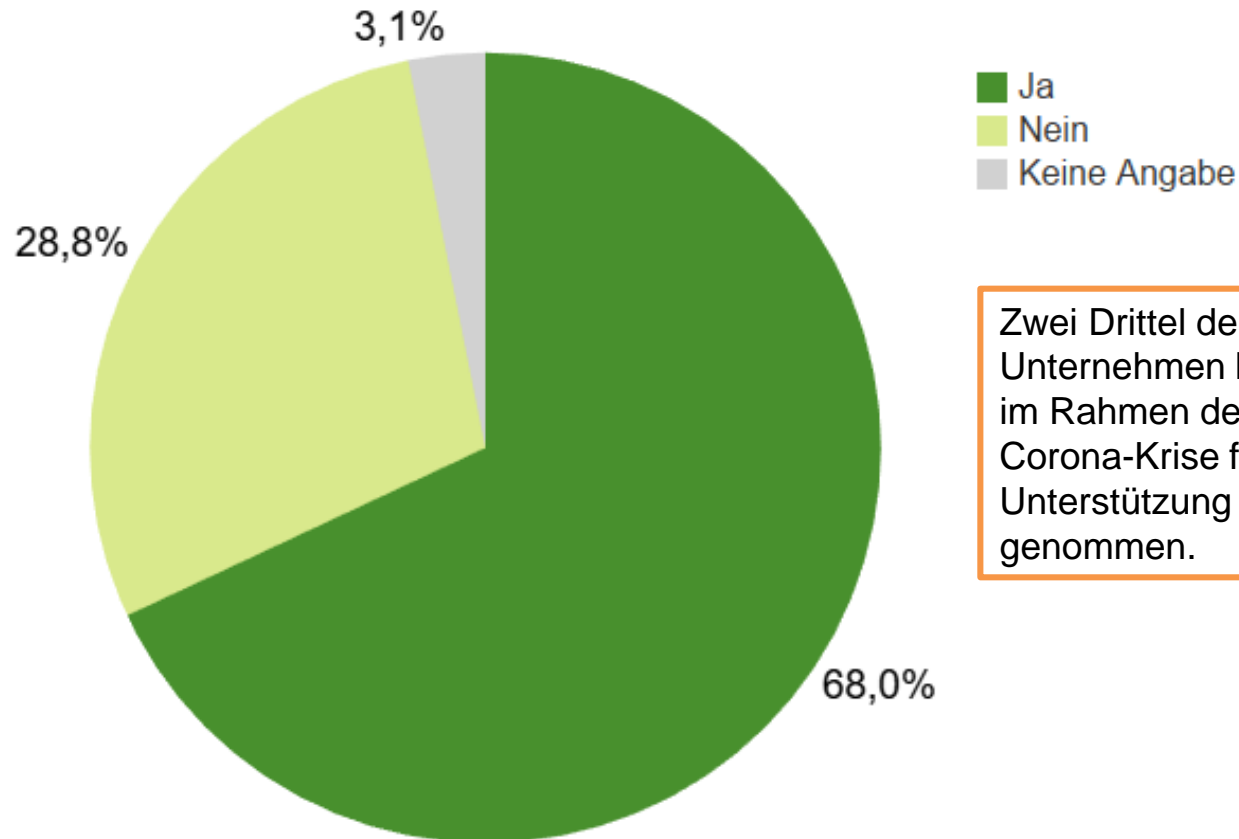
Inanspruchnahme von finanzieller Unterstützung

Von großer Bedeutung in der Corona-Krise



Hat Ihr Unternehmen im Rahmen der Corona-Krise finanzielle Unterstützung in Anspruch genommen?

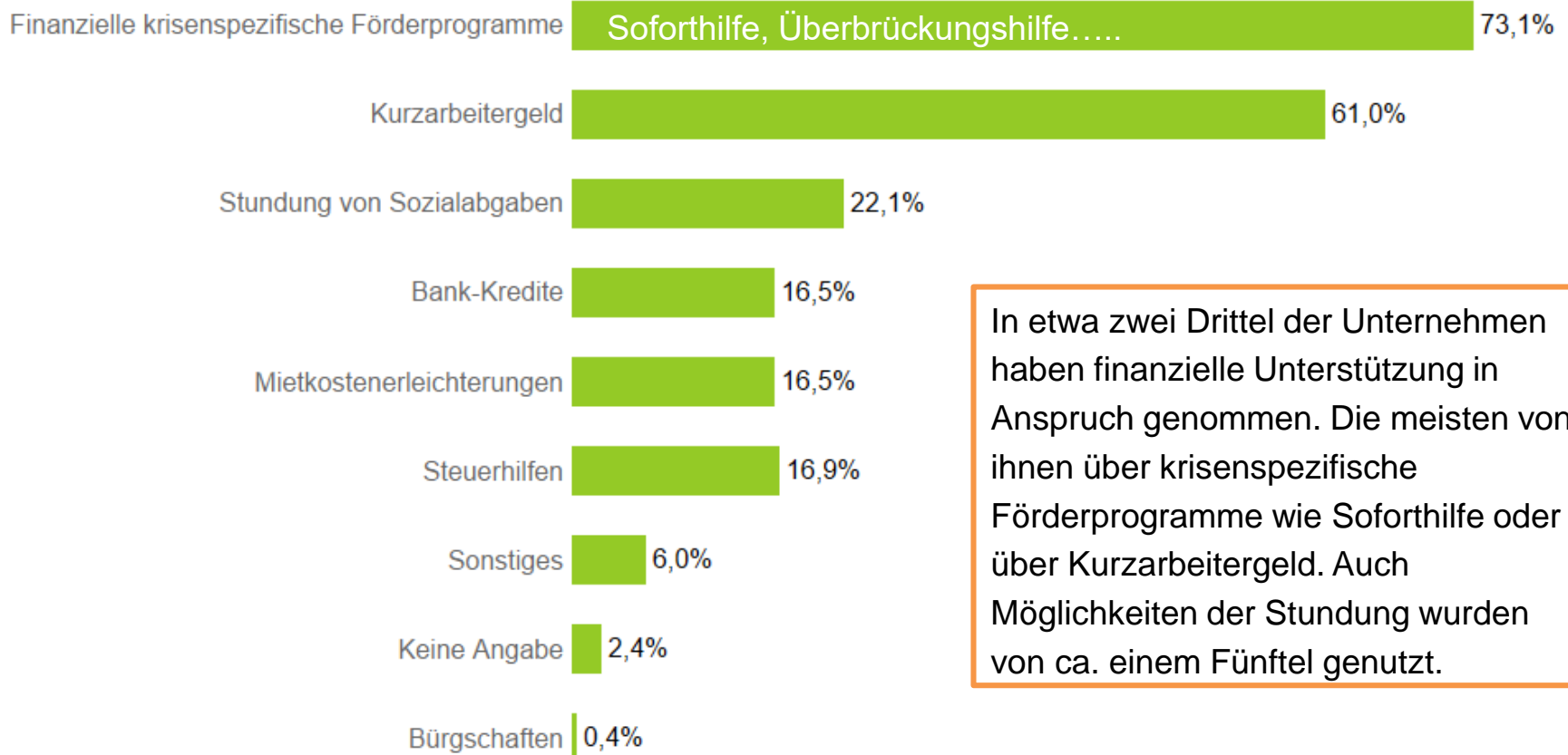
(n=366, Angaben in %)



Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben bisher im Rahmen der Corona-Krise finanzielle Unterstützung in Anspruch genommen.



Unternehmen, die finanzielle Förderung in Anspruch genommen haben: **Welche der folgenden finanziellen Unterstützungen hat Ihr Unternehmen in Anspruch genommen?** (n=249, Angaben in %)



In etwa zwei Drittel der Unternehmen haben finanzielle Unterstützung in Anspruch genommen. Die meisten von ihnen über krisenspezifische Förderprogramme wie Soforthilfe oder über Kurzarbeitergeld. Auch Möglichkeiten der Stundung wurden von ca. einem Fünftel genutzt.

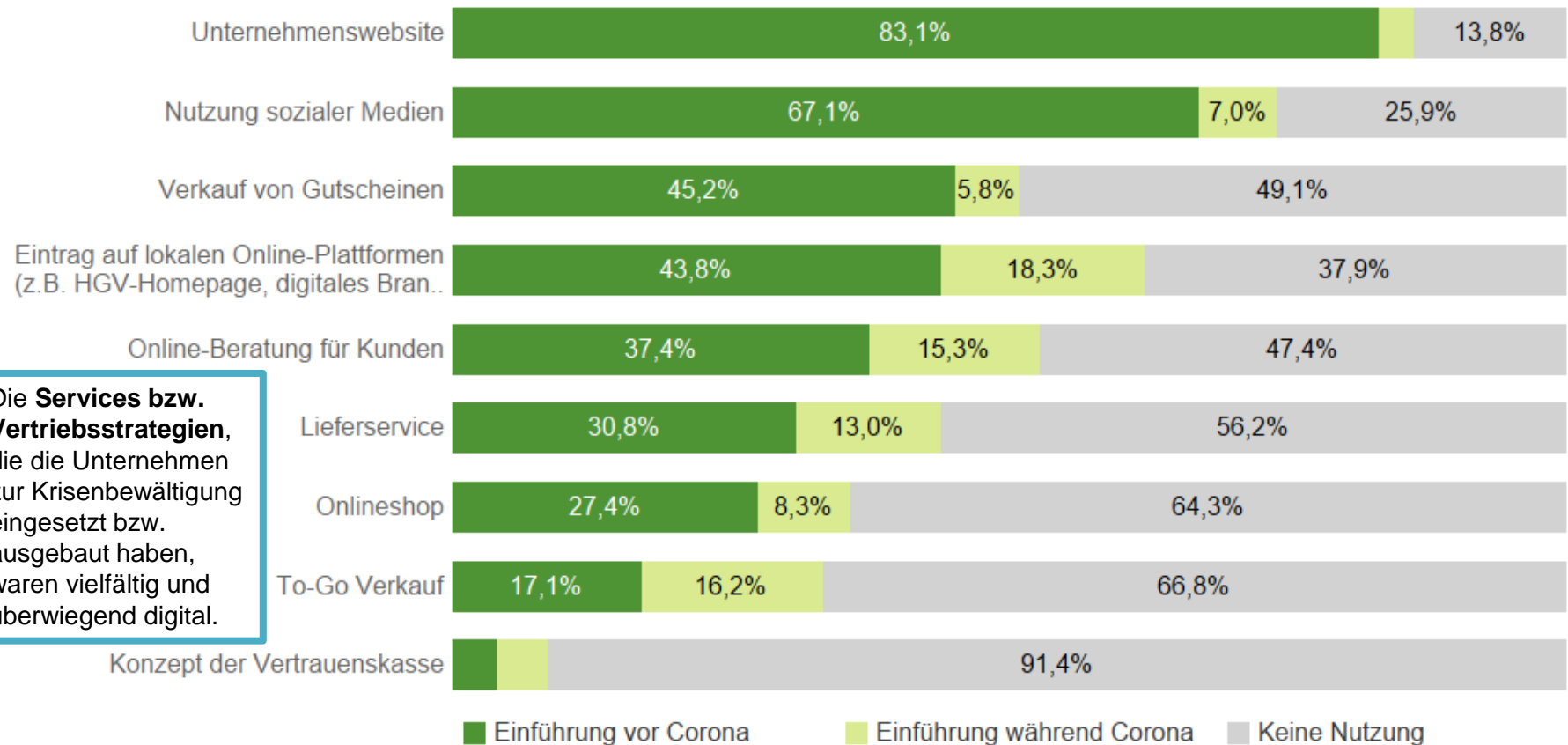


Maßnahmen der Stuttgarter Unternehmen zur Krisenbewältigung

Services bzw. Vertriebsstrategien als Reaktionen



Welche der folgenden Services hatte Ihr Unternehmen bereits vor Beginn der Corona-Krise im Einsatz bzw. wurden während der Corona-Krise neu eingeführt? (n=376, Angaben in %)

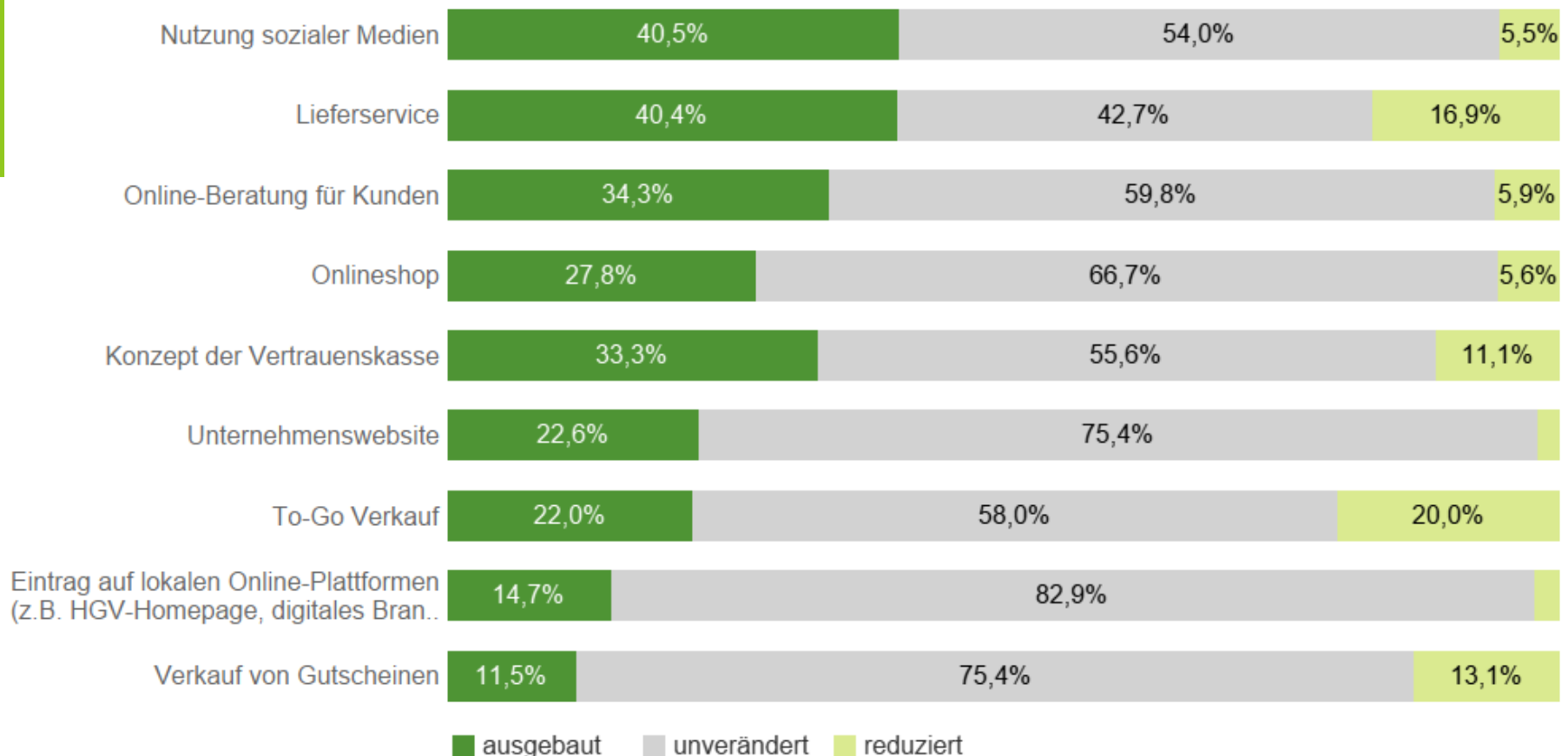


Die **Services bzw. Vertriebsstrategien**, die die Unternehmen zur Krisenbewältigung eingesetzt bzw. ausgebaut haben, waren vielfältig und überwiegend digital.



Unternehmen, die bereits vor der Krise die einzelnen Services anboten:
Wurden die folgenden Services während der Corona-Krise ausgebaut, reduziert oder blieben diese unverändert?

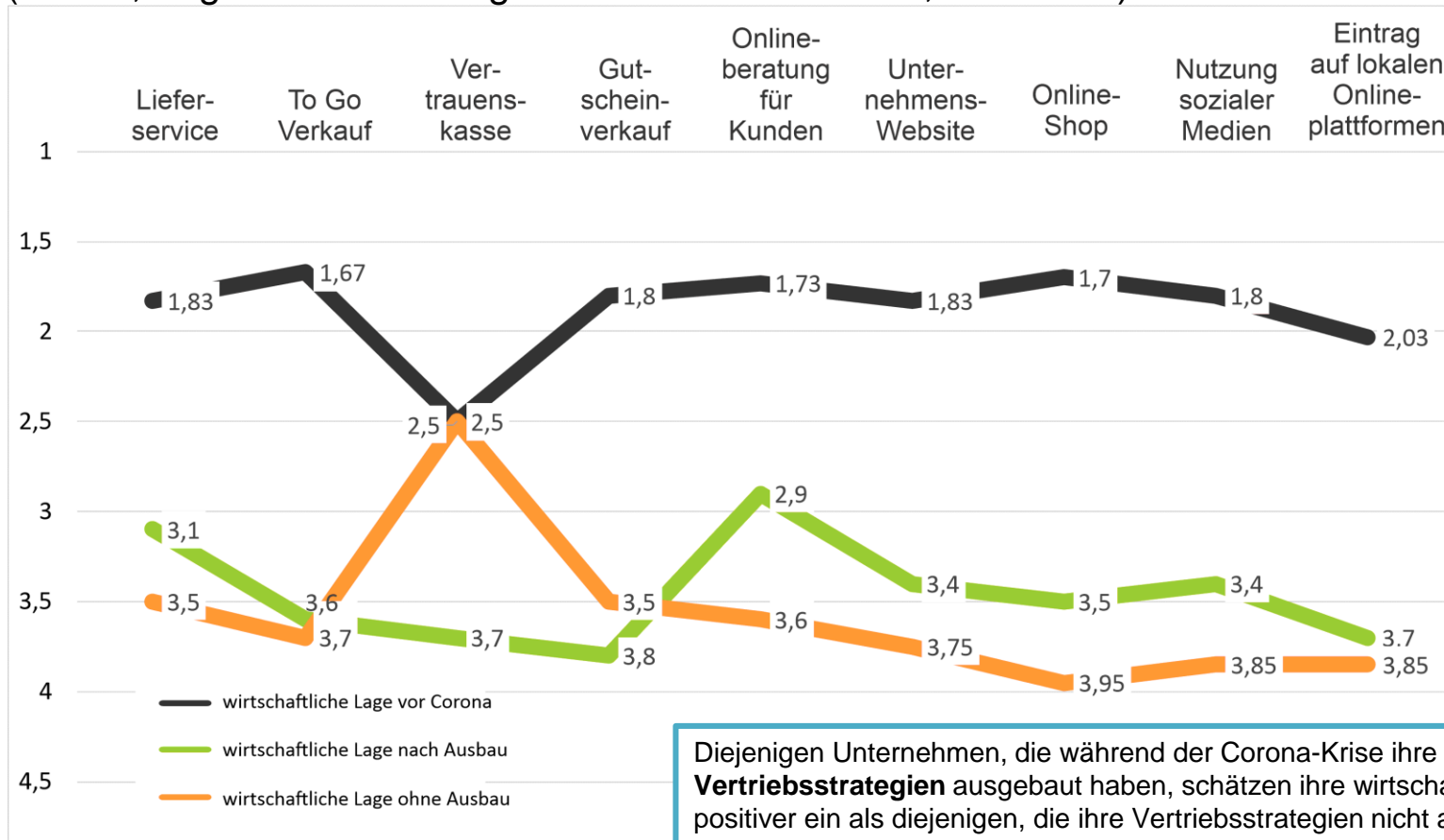
(n=332, Angaben in %)





Wirtschaftliche Lage der Unternehmen in Abhängigkeit von Services und Angeboten, die während der Corona-Krise ausgebaut wurden oder nicht ausgebaut wurden

(n=332, Lage von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht, Mittelwert)



Diejenigen Unternehmen, die während der Corona-Krise ihre bisherigen **Vertriebsstrategien** ausgebaut haben, schätzen ihre wirtschaftliche Lage positiver ein als diejenigen, die ihre Vertriebsstrategien nicht ausgebaut haben, d.h. der Ausbau von Aktivitäten kann Umsatzeinbußen abmildern.

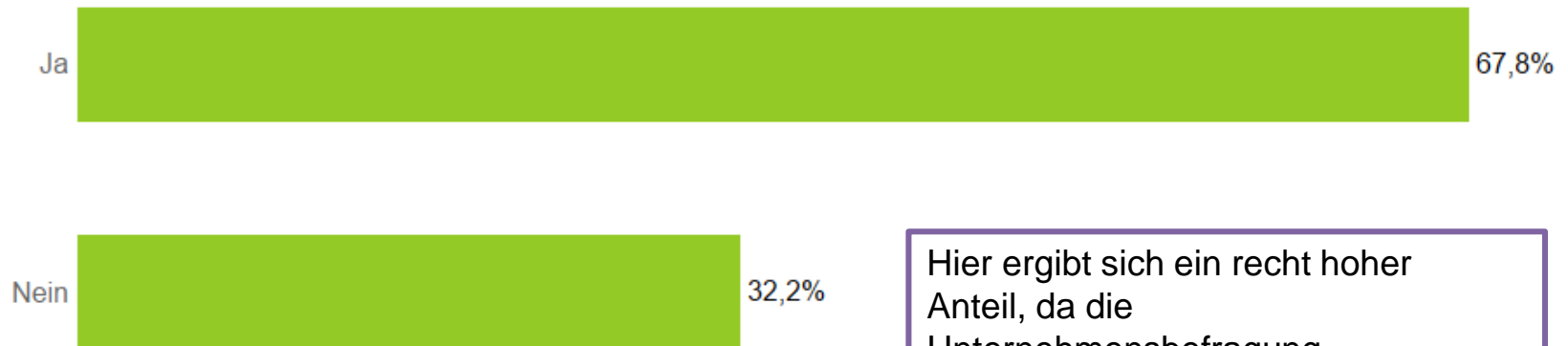


Die Handels- und Gewerbevereine

Ihre Rolle für die Unternehmer



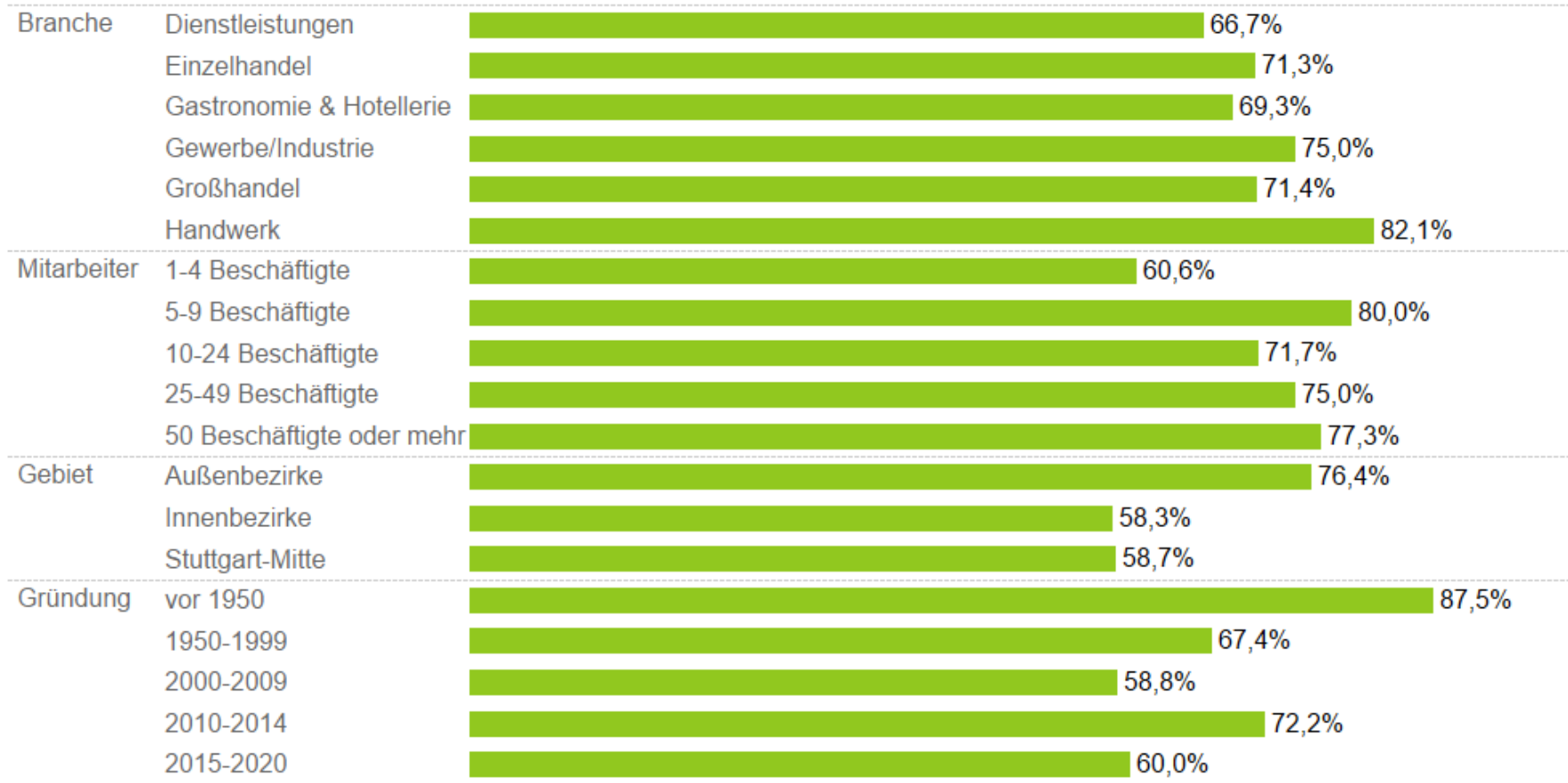
Ist Ihr Unternehmen Mitglied in einem örtlichen Handels- und Gewerbeverein bzw. in einem vergleichbaren Zusammenschluss lokaler Unternehmen in Stuttgart? (n=369, Angaben in %)



Hier ergibt sich ein recht hoher Anteil, da die Unternehmensbefragung auch und besonders über die örtlichen Handels- und Gewerbevereine bekannt gemacht wurden.



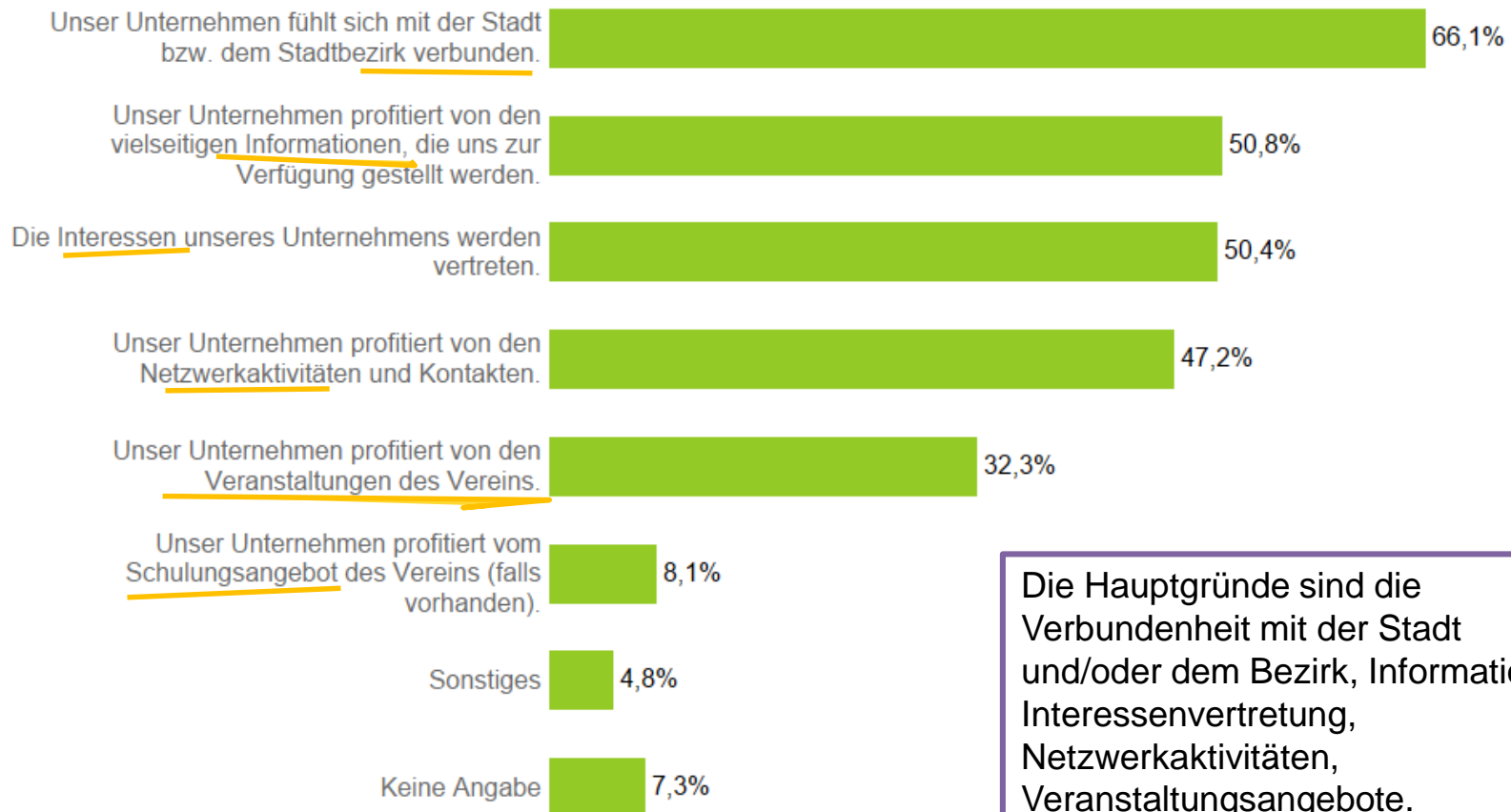
Ist Ihr Unternehmen Mitglied in einem örtlichen Handels- und Gewerbeverein bzw. in einem vergleichbaren Zusammenschluss lokaler Unternehmen in Stuttgart? „Ja“ (n=250, Angaben in %)





Unternehmen, die derzeit Mitglied in einem örtlichen Handels- und Gewerbeverein sind: **Warum ist Ihr Unternehmen Mitglied?**

(n=248, Angaben in %)

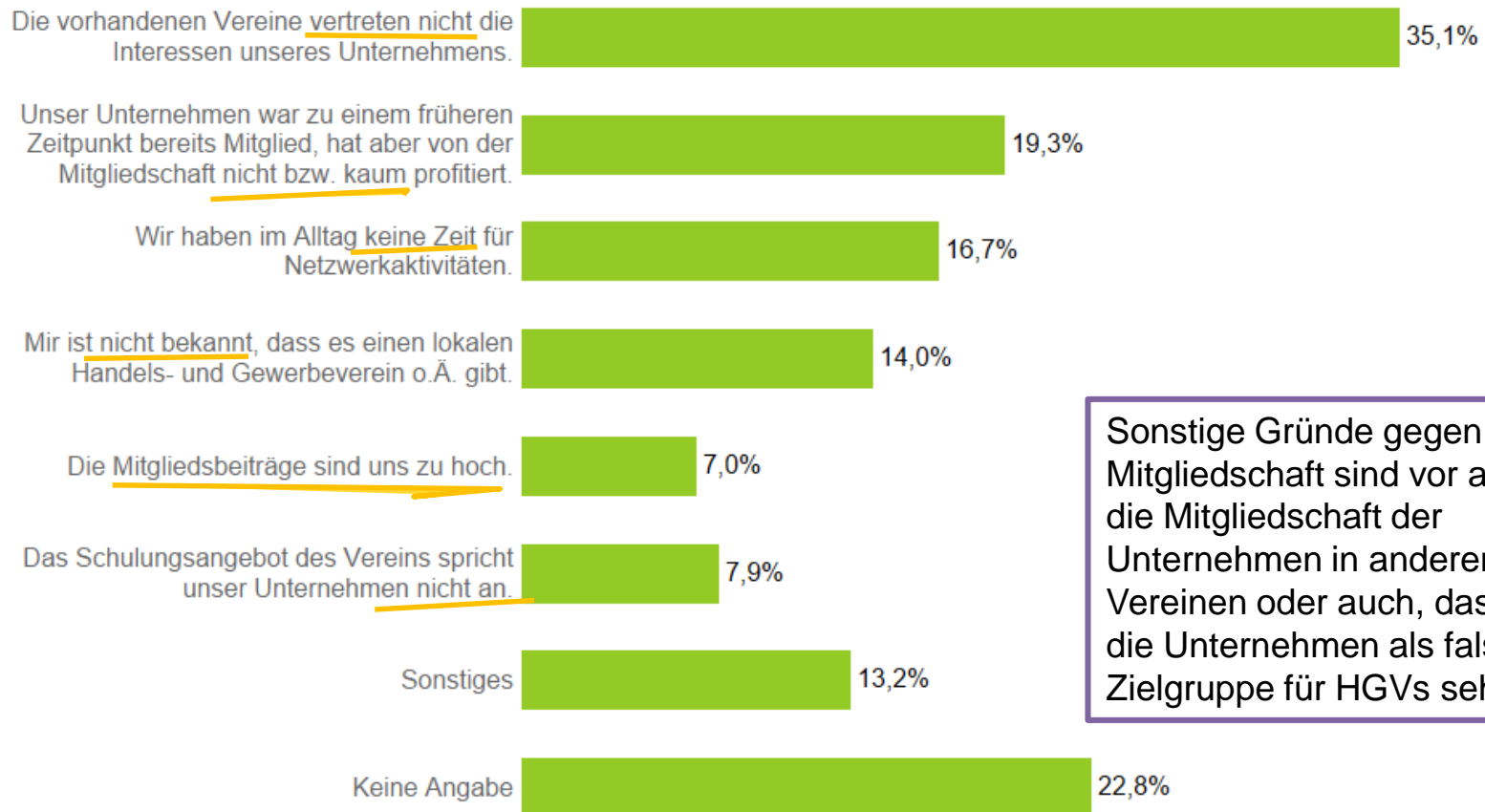


Die Hauptgründe sind die Verbundenheit mit der Stadt und/oder dem Bezirk, Informationen, Interessenvertretung, Netzwerkaktivitäten, Veranstaltungsangebote.



Unternehmen, die derzeit kein Mitglied in einem örtlichen Handels- und Gewerbeverein sind: **Warum ist Ihr Unternehmen kein Mitglied?**

(n=114, Angaben in %)



Sonstige Gründe gegen eine Mitgliedschaft sind vor allem, die Mitgliedschaft der Unternehmen in anderen Vereinen oder auch, dass sich die Unternehmen als falsche Zielgruppe für HGVs sehen.