

Auswirkungen der Corona-Krise auf die Wirtschaft in der Region Stuttgart

Zusammenhänge und Einschätzungen

25.03.2021



**Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart**

Vorbemerkung

Die deutsche Wirtschaft befindet sich in einer tiefen Rezession: Die Wirtschaftsleistung schrumpfte 2020 mit 5 % deutlich. Einen stärkeren Rückgang verzeichnete die Wirtschaftsleistung nur während der globalen Finanzkrise 2009, als das Bruttoinlandsprodukt um 5,7 % sank. Die privaten Konsumausgaben gingen im vergangenen Jahr im Vorjahresvergleich preisbereinigt um 6 % zurück - so stark wie noch nie. Erstmals seit 2011 verzeichnete Deutschland im Gesamtjahr wieder ein Haushaltsdefizit. "Eigentlich ein Katastrophenjahr, aber gemessen an den zwischenzeitlichen Befürchtungen könnte man sagen, dass wir noch glimpflich davon gekommen sind", kommentierte Uwe Burkert, Chefvolkswirt der Landesbank Baden-Württemberg diese Zahlen. Gleichzeitig geben die Prognosen und ersten Zahlen aus 2021 jedoch ein hoffnungsvolles Bild: Etliche Volkswirte sagen Europas größter Volkswirtschaft in diesem Jahr ein starkes Comeback voraus - trotz des aktuell anhaltenden Lockdowns. Der Aufschwung im Verarbeitenden Gewerbe seit Sommer 2020 sei noch immer intakt und außenwirtschaftlich gebe es durch die Nachfrage aus China und den USA Wachstumsimpulse. (Quellen: Statistisches Bundesamt, Deutsche Welle).

Einschätzungen zur Situation in den Branchen und Querschnittsthemen

Die nachfolgende Zusammenfassung ist eine fundierte Einschätzung, weil sie auf der Befragung und auf Gesprächen mit zahlreichen Unternehmen beruht sowie auf den Analysen von Verbänden und Experten.

1. Automotive

Im Verarbeitenden Gewerbe hat sich das Geschäftsklima im Frühjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erheblich verbessert. Die Einschätzungen der Unternehmen zur aktuellen Lage machten einen Sprung nach oben. Der ifo Geschäftsklimaindex ist im Februar auf 92,4 Punkte gestiegen, nach 90,3 Punkten (saisonbereinigt korrigiert) im Januar. Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage fielen positiver aus. Zudem sind die pessimistischen Stimmen mit Blick auf die kommenden Monate deutlich weniger geworden. Die deutsche Wirtschaft zeigt sich trotz Lockdown robust, vor allem wegen der starken Industriekonjunktur.

Die Automobilindustrie befand sich während der ersten Welle der Pandemie simultan in einer Angebots- sowie Nachfragekrise. Während sich die Lieferketten wieder erholt haben, erholt sich die Nachfrageseite insbesondere in China, aber Überkapazitäten und Transformationsdruck belasten die Ergebnisse. Zwar steigen die Zulassungszahlen (V-Kurve) u.a. aufgrund von Nachholeffekten wieder an, liegen in den ersten Monaten des Jahres 2021 aber weiterhin deutlich unter den Werten des Vorjahres (kba.de).

Der Konzernabsatz der Daimler AG im Geschäftsjahr 2020 lag mit 2,84 Mio. Pkw und Nutzfahrzeugen um 15 % unter Vorjahresniveau. Der Umsatz ging um 11 % auf 154,3 Mrd. Euro zurück. Porsche produzierte 2020 263.000 Autos. Das waren 4 % weniger als im Jahr zuvor. Der Umsatz stieg um ein halbes Prozent auf 28,7 Mrd. Euro. Mit einer Umsatzrendite von 14,6 % dürfte Porsche der am besten verdienende Serien-Fahrzeughersteller der Welt sein.

Strukturelle Trends, die bereits vor der Krise zu beobachten waren, verstärken sich, darunter Marktkonzentration und Konsolidierung zugunsten großer Unternehmen. Insbesondere bei KMU-Zulieferbetrieben steigt bei zunehmend angespannter Liquiditätssituation das Risiko der Insolvenz.

Grundsätzlich sehen Marktbeobachter aus dem Automotive-Bereich zwar eine nur langsame Erholung der Automobilindustrie von den Folgen der Corona Pandemie, doch stehen die Zeichen bis 2030 insgesamt auf Wachstum - bis dahin sollen die weltweit produzierten Stückzahlen von 75 Mio. im Jahr 2020 auf dann rund 102 Mio. Neufahrzeuge pro Jahr steigen. Durch neue Antriebstechniken und die Digitalisierung wird aber der globale Zuliefermarkt erheblich durcheinander gewirbelt werden.

Unternehmen, die Komponenten für den Elektroantrieb oder Softwarelösungen für Car-IT entwickeln und fertigen, können mit teils zweistelligen Wachstumsraten rechnen. Auf starke Umsatzrückgänge müssen sich jene einstellen, die bisher Teile für die Verbrennungstechnologie liefern. Und selbst innerhalb dieser Sieger- und Verlierersegmente sollten immer die einzelnen Geschäftsmodelle genau unter die Lupe genommen werden. Grund dafür ist einerseits eine zunehmende Konkurrenz durch die Autobauer selber, die die Antriebsstränge für Elektrofahrzeuge verstärkt selber entwickeln und fertigen. Andererseits bieten sich für Zulieferer gleichzeitig neue Absatzchancen durch neue E-Automarken. Nur bedingt betroffen von den Disruptionen sind Zulieferer die beispielsweise Türverkleidungen oder Scheinwerfer liefern.

2. Mobilitätsdienstleistungen

Die Corona-Krise trifft die klassischen Anbieter von Mobilitätsleistungen wie VVS, SSB, Busgesellschaften oder Taxis hart. Insgesamt sind die Fahrgastzahlen im ÖPNV im Tarifgebiet des VVS 2020 um 39 % im Vergleich zum Jahr 2019 gesunken. Durch die weitreichende Umsetzung des Arbeitens im Homeoffice ist auch der Berufsverkehr deutlich zurückgegangen. Dies führte dazu, dass die ÖPNV-Fahrten der Pendelnden um knapp ein Drittel gesunken sind. Nach den Angaben des VVS vom Februar 2021 gehen damit Einnahmeausfälle von rund 110 Mio. Euro für den Verkehrsverbund einher. Diese seien aber zum Großteil durch den Rettungsschirm von Bund und Ländern ausgeglichen worden. Die Verantwortlichen hoffen nun möglichst viele Stammkunden auch während der kommenden Pandemie-Monate zu halten und im Lauf des Jahres ehemalige Kunden zurückzuholen (Quelle: SWR, 11.02.2021)

Noch stärker von der Corona-Krise betroffen sind die Anbieter von neuen Mobilitätsdienstleistungen, wie die Verleiher von Scootern, die meist Startups sind und oft nicht über die Liquidität verfügen, um eine Krise wie die jetzige einen längeren Zeitraum durchzustehen. Über den Sommer 2020 sind die E-Scooter in Stuttgart, die aus dem Straßenbild völlig verschwunden waren, langsam wieder zurückgekehrt. Aktuell werden sie – sicher auch witterungsbedingt – kaum genutzt. Je nachdem, wie lange sich der derzeitige Lockdown mit der Schließung der Innenstädte noch in das Frühjahr oder sogar bis in die Sommermonate hineinziehen wird, werden die Ausleihzahlen und Umsätze auch 2021 sicher nicht die Zahlen vor der Krise erreichen.

Großunternehmen wie das Fahrrad- und Pedelec-Verleihsystem „RegioRadStuttgart“ haben während des Lockdowns versucht, mit Sonderangeboten für ihre Leihräder Kunden zu halten oder sogar neue Kunden zu gewinnen. In der Folge konnten die Ausleih- und damit die Fahrtzeiten im Vergleich zu den Zeiten vor der Corona-Krise deutlich verlängert werden. Damit konnten die Einnahmen bei RegioRadStuttgart (im Gegensatz zu den meisten anderen Mobilitätsdienstleistern) gehalten und zeitweise sogar erhöht werden. Einerseits fehlen zwar immer noch wichtige Kundengruppen, wie Touristen oder Berufspendler und Studierende. Andererseits konnten in der Krise neue Kunden gewonnen werden, bzw. bereits bestehende Kunden nützen das RegioRad nun für neue Anwendungsfelder und längere Fahrtstrecken.

Hart betroffen von der Corona-Krise sind Carsharing-Anbieter und Autoverleihfirmen mit allen dazu gehörenden Dienstleistungen, wie die Reinigung und Wartung von Fahrzeugen nach deren Gebrauch. Die regional ansässigen Unternehmen wie die stadtmobil carsharing AG, der kleinere

Carsharingverein Ökostadt Renningen e.V. und stadtmobil verzeichnen April und Mai 2020 erhebliche Rückgänge ihrer Auslastungszahlen. Während der Sommermonate Juli und August 2020 waren die Auslastungszahlen sogar höher als in den Vergleichsmonaten im Vorjahr. Dies lag vor allem daran, dass Privatkunden die Sharingfahrzeuge für Urlaube innerhalb von Deutschland nutzten. Dadurch konnten die negativen Auswirkungen des Lockdowns zumindest bis zu einem gewissen Maße abgefangen werden. Als Resultat aus dem zweiten Lockdown sind die Auslastungszahlen seit Anfang des Jahres 2021 wieder deutlich – um ca. 20 % – zurückgegangen.

3. Güterlogistik

Während die Gesamtnachfrage nach Industriegütern in vielen Sektoren noch längst nicht das Vorkrisenniveau erreicht hat, gibt es im Konsumgüterbereich z.T. erheblich mehr Transportvolumen. Im internationalen Warenverkehr offenbart der aktuelle Nordrange-Index Wachstumstendenzen der wirtschaftlichen Entwicklung im nördlichen Euroraum und in Deutschland, der sich wieder dem Niveau vor der Corona-Krise nähert. Die größten Zuwächse verzeichnet allerdings der Containerumschlag der chinesischen Häfen, die auch in das hiesige Warenverkehrsaufkommen zu Land und zu Wasser und damit auch auf die hiesige Güterlogistikbranche durchschlagen, wenn auch durchaus unterschiedlich. Trotz wieder zunehmender Handelsvolumina bleiben v.a. im grenzüberschreitenden Güterverkehr pandemiebestimmte Hemmnisse wie Reisebeschränkungen oder Quarantäne-Pflichten bis hin zu Handelshemmnisse wie jüngst in Gestalt des Inkrafttretens des Brexits.

Auf regionaler Ebene bleibt die logistische Versorgung des Einzelhandels in den Innenstädten mit Umsatzeinbrüchen für die auf diesen Bereich spezialisierten Logistikunternehmen verbunden, während gleichzeitig Paketdienstleister auf der letzten Meile zum Privatkunden zum Teil Sonderschichten fahren. Dieser Aufwärtstrend bei der Belieferung von Haushalten nicht nur mit Paketen, sondern zum Beispiel auch Möbel erlebt einen regelrechten Boom, der als dauerhaft eingeschätzt wird. Ansonsten diskutiert die hiesige Branche durchaus wieder die dieselben Probleme wie vor der Corona-Krise, also etwa Flächenverfügbarkeit und Fahrerknappheit.

4. Informations- und Kommunikationstechnologie

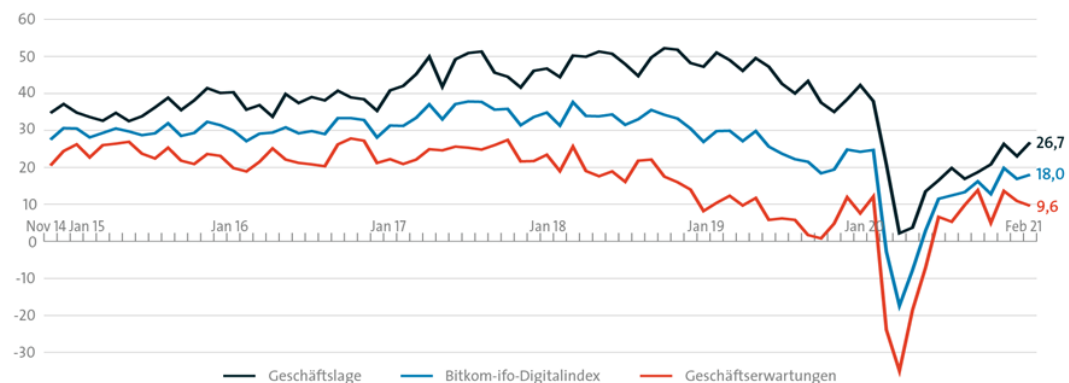
In vorangegangenen Krisen sind i.d.R. zuerst Einsparungen bei den IT-Ausgaben vorgenommen worden. Dies war und ist in der Coronakrise anders. Nur knapp 15 % der Anwenderunternehmen haben die IT-Ausgaben gekürzt. Rund 27 % haben das IT-Budget eingefroren und knapp die Hälfte ihre Ausgaben sogar erhöht. Das ergab eine Studie von Capgemini.

Dies zeigt einen wichtigen Trend: Für 87 % der Unternehmen und Behörden ist die Pandemie Anlass, die Digitalisierung auszubauen. Vor allem aufgrund der Kontaktbeschränkungen rückt die Schnittstelle zum Kunden bzw. zum Bürger in den Fokus, um hier mehr digitale Services anbieten zu können. Auch über die Änderung von Geschäftsmodellen wird stärker nachgedacht.

Das Geschäftsklima in der Digitalbranche hat sich daher weiter aufgehellt. Der Bitkom-ifo-Digitalindex erreicht im Februar 18,0 Punkte, ein Anstieg von 1,1 Zählern im Vergleich zum Vormonat. Die aktuelle Geschäftslage erreicht mit 26,7 Punkten (+3,7 Zähler) den Höchststand seit Ausbruch der Corona-Pandemie. Dahingegen werden die Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate weniger günstig bewertet (9,6 Punkte, -1,3 Zähler). Die Teilindizes der Beschäftigungserwartungen (18,9 Punkte, -1,3 Zähler) und Preiserwartungen (6,0 Punkte, -2,2 Zähler) sanken leicht.

Bitkom-ifo-Digitalindex

Geschäftsklima, Geschäftslage und Geschäftserwartungen in der ITK-Branche



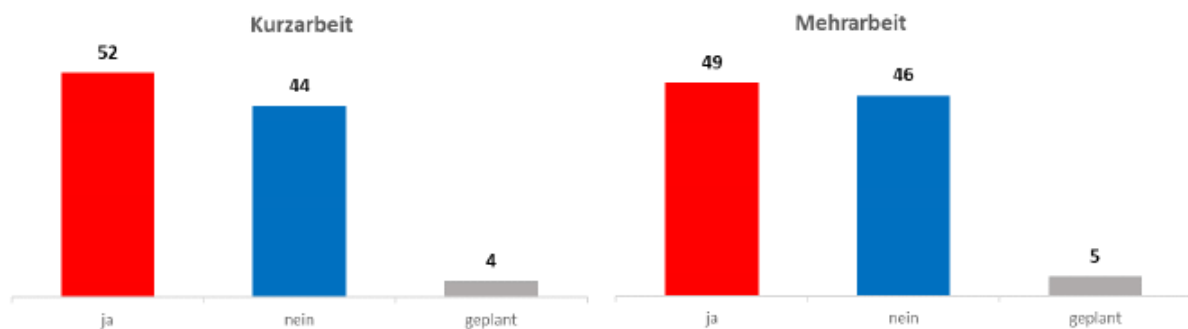
Quelle: Bitkom, ifo

bitkom

Diese Zahlen decken sich mit direkten Erfahrungen vor Ort, wie z.B. im Softwarezentrum Böblingen/Sindelfingen. Hier ist auch klar zu erkennen, dass die derzeit starke Home Office Nutzung von nahezu allen Unternehmen der Branche auch dauerhaft verstärkt genutzt werden wird, was zu einer Abnahme der benötigten Flächen in den Unternehmenszentralen führt. Diese wird allerdings durch das Wachstum der meisten Firmen weitestgehend wieder ausgeglichen.

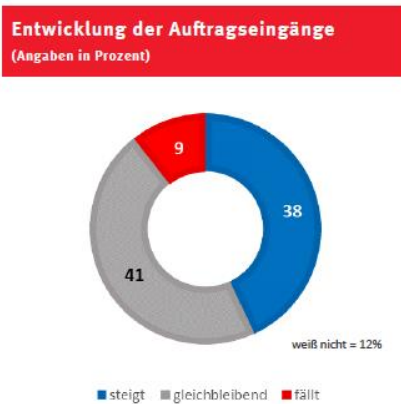
5. Maschinenbau/Industrieproduktion

Nach einer ersten Erholungsphase ab 3. Quartal 2020 hat der Maschinenbau Anfang 2021 wieder mit einem Rückgang der Auftragseingänge um die 10 % zu kämpfen. Dabei dominiert immer noch die Auslandsnachfrage obwohl nach wie vor protektionistische Politiken, Handelshemmnisse (z.B. nun auch im Zuge des Brexit) und pandemiebedingte Reisebeschränkungen die Geschäftstätigkeit der Investitionsgüterindustrie negativ beeinflussen. Dies betrifft sowohl das Neumaschinengeschäft als auch die oft hochprofitablen Serviceleistungen für Bestandsmaschinen. Der Rückgang der Investitionsneigung und damit der Inlandsnachfrage nach Investitionsgütern in der Größenordnung von 20 % offenbart deutliche Zurückhaltung. Gleichzeitig bleibt die Lage in den einzelnen Sparten des Maschinenbaus durchaus unterschiedlich, von relativ guten Auftragslagen wie z.B. bei vielen Unternehmen des Verpackungsmaschinenbaus bis zu teilweise nach wie vor schwierigen Situationen beim Werkzeugmaschinenbau.



Quelle: Trendmelder Maschinen- und Anlagenbau 2021, IG Metall

Eine aktuelle Umfrage der IG Metall bei Betriebsräten der Branche kommt zu dem Ergebnis, dass die Beschäftigten in 49 % der Unternehmen auch aktuell Mehrarbeit leistet, in 52% der Unternehmen aber Beschäftigte in Kurzarbeit sind. Eine Erholung bei den Auftragseingängen dürfte frühestens 2022 erreicht werden.



Quelle: Trendmelder Maschinen- und Anlagenbau 2021, IG Metall

6. Bauwirtschaft

Das Bau- und Ausbauhandwerk ist vergleichsweise gut durch das Corona-Jahr 2020 gekommen. Die Unternehmen im Bauhauptgewerbe haben das Jahr mit einem Umsatz von ca. 143 Mrd. Euro abgeschlossen. Das sind etwa 8 Mrd. Euro mehr als im Jahr 2019 und ein Plus von 6 %. Die Unternehmen erwarten 2021 ein leichtes Wachstum von 1,3 %.

Dieses Wachstum ist allerdings vor allem auf den Wohnungsbau zurück zu führen. Die Wirtschaft stellt Investitionen zurück, während Kommunen und die öffentliche Hand vergleichsweise „in normalem Maß“ investieren. Man muss allerdings davon ausgehen, dass es im öffentlichen Bereich Rückgänge geben wird, wenn die geringeren Steuereinnahmen auf die öffentlichen Haushalte durchschlagen und die Corona-Hilfen zurück gefahren werden. Erstaunlicherweise haben viele Privathaushalte in der Krise investiert (z.B. Rekordumsatz bei „weißer Ware“ wegen der Renovierung vieler Badezimmer und Küchen).

7. Clean Energy

Sowohl im Gewerbe als auch im öffentlichen und im privaten Bereich wurden zu Beginn der Pandemie Investitionen nicht durchgeführt bzw. verschoben. Die Gründe dafür wurden schon im Bereich der Bauwirtschaft diskutiert und erläutert. Mittlerweile wurde die Auftragslage wieder deutlich besser. Zumindest in Deutschland ist der Zubau in den letzten Monaten ungebremst, seit der 52-GW-Deckel weggefallen ist. Vor allem im Privatbereich werden neue Investitionen getätigt. Die Auftragsbücher der Handwerker waren vor der Pandemie gut gefüllt, offene Aufträge wurden abgearbeitet und nun kommen neue Aufträge hinzu. Durch Kurzarbeit, Home Office und flexiblere Arbeitszeitmodelle haben vor allem Privatkunden Zeit und Muße sich mit den Themen Energieeffizienz und Photovoltaik auseinanderzusetzen. Im Bereich Zubau an Erzeugungsanlagen erneuerbarer Energie können Konjunkturlösungen für Gewerbe, Kommunen und Privatpersonen sehr schnell Abhilfe schaffen. Auch die 9 Mrd. Euro, die für Maßnahmen im Bereich der Wasserstoffwirtschaft eingesetzt werden, können einen wichtigen Impuls in Richtung Wasserstoffwirtschaft geben und Unternehmen bei der Bewältigung der Krise unterstützen. Eine deutlich höhere Bereitschaft für Investitionen, auch im Bereich Effizienzmaßnahmen und Klimaschutz, ist klar erkennbar.

8. Wissensbasierte Startups

Die Corona-Krise trifft das Startup-Öko-System hart: Laut einer aktuellen Umfrage des Deutschen Startup Monitor sind knapp drei Viertel (74,2 %) der befragten Unternehmen negativ durch die gegenwärtige Lage beeinträchtigt. Als besonders resistent gegenüber der Krise zeigen sich Online-Netzwerke, eCommerce und Online-Plattformen.

Die staatlichen Soforthilfen waren für viele Startups nicht nutzbar, da die Grundvoraussetzungen nicht gegeben waren oder sich durch den Fremdkapitalcharakter die Bonität, gerade hinsichtlich geplanter Eigenkapitalfinanzierungsrunden, entscheidend verschlechtert. Für Startups, die dem industriellen Umfeld zuarbeiten kommen darüber hinaus mit der generell bereits seit einiger Zeit abflauenden Konjunktur sowie der Corona-Krise zwei bremsende Faktoren zusammen. Startups erfüllen insbesondere in der Anfangsphase übliche Kriterien für die Gewährung von Darlehen nicht. Bei vielen Hilfsprogrammen wird zudem erwartet, dass die geförderten Firmen schnell wieder rentabel sind. Dieses Kriterium kann ein junges, innovatives Startup meist nicht erfüllen.

Laut der aktuellen Umfrage des Deutschen Startup Monitors reagierten knapp 90 % der befragten Startups mit spezifischen Maßnahmen auf die Krise. Dabei findet vor allem ein Fokus auf die Produktentwicklung statt (56,2 %) und Investitionen werden aufgeschoben (50 %) – vom Personalabbau wird jedoch meist noch Abstand genommen (11,4 %).

Viele Startups berichten aber, dass angestoßene Projekte wie Proof of Concepts (PoC) gecancelt oder verschoben werden müssen, weil die Ansprechpartner*innen in den Firmen in Kurzarbeit oder im Home Office sind und keine Zugänge zu Labor- oder Werkstattinfrastruktur haben. Gleiches gilt für gesetzte Umsatzziele, die derzeit ebenfalls nur schwer oder gar nicht erreicht werden können. Da die PoC und die Umsatzziele häufig als Meilensteine für Finanzierungszusagen dienen, nutzen wohl verschiedene Investoren die Gelegenheit, ihre Zusagen nicht einzuhalten. Die Gründe dafür liegen häufig in einem verstärkten Fokus auf die eigene Firma (Corporate-Seite) sowie schwankende Werte von getätigten Investments bei privaten Investoren.

Es gibt jedoch auch Lichtblicke. Die Landesprogramme Pre-Seed und seit kurzem Start-up BW Pro-Tect“ werden in der Szene gut angenommen und erste Hilfen sind ausgezahlt oder stehen kurz vor Auszahlung. Darüber hinaus wurde auf Bundesebene eine gut funktionierende Matching-Börse aufgebaut. Dazu kommt mittlerweile die sogenannte Corona Säule II, über die der Bund mit Unterstützung über die KfW sowie des Landes und der L-Bank weitere Mittel an Startups und kleinen Mittelständlern zur Verfügung stellt. Dennoch besteht nach wie vor das Problem mangelnder Übersicht. Es gibt bereits eine Vielzahl von Förderungs- und Finanzierungsprogrammen durch viele verschiedene Akteure, welche sich wiederum an unterschiedliche Zielgruppen und Industriebereiche richten. Der zeitliche und administrative Aufwand für die Start-ups sich zurecht zu finden und zu bewerben ist daher sehr hoch.

Bei den Startups gibt es neben vielen Verlierern einige Gewinner: Startups in den Bereichen IT sowie Medizintechnik profitieren in vielen Fällen von der aktuellen Situation und übererfüllen bisherige Erwartungen und Pläne. Viele Startups profitieren derzeit von ihrer Flexibilität und passen ihre Fähigkeiten dem aktuellen Geschehen an und produzieren am Markt stark nachgefragte Produkte wie Schutzschilde oder Masken und halten sich dadurch über Wasser. Start-ups im analogen Bereich (bspw. Sport) sind gezwungen digitale Angebote zu schaffen. Im Mobilitätsbereich lässt sich wiederum eine Abnahme von Angeboten beobachten, die sich mit kollektiver Mobilität auseinandersetzen (Sharing, ÖPNV, ...). Gründungsinteressierte, welche nach wie vor in einem festen Arbeitsverhältnis beschäftigt sind, stellen Ihre Vorhaben zurück. Andererseits werden Gründungsideen im Zuge von Kurzarbeit und verfügbarer Zeit weiter vorangetrieben. Hier gibt es also ambivalente Trends.

9. Kultur- und Kreativwirtschaft

Die Kultur- und Kreativbranche ist in besonderem Maße von den Einschränkungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie betroffen. Sie musste im Jahr 2020 einen Umsatzverlust von 31 % verkraften – was einem Nettorückgang von 199 Mrd. Euro gegenüber 2019 entspricht. Die Kreativbranche verzeichnete höhere Umsatzeinbrüche als die Tourismus- und die Automobilindustrie und kaum geringere als die Luftfahrtbranche. Insbesondere die Musikwirtschaft und der Bereich der Darstellenden Kunst mussten Umsatzeinbußen von 75 % bis 90 % hinnehmen.

Insgesamt hatten über 40 % der deutschlandweit in einer Umfrage des Fördernetzwerk Kultur- und Kreativwirtschaft Promoting Creative Industries (PCI) und dem Bundesverband Kreative Deutschland e.V. befragten Unternehmen und Akteuren Umsatzrückgänge von über 70 % zu vermelden, die in direktem Zusammenhang mit Corona stehen. Besonders betroffen sind demnach auch die darstellenden Künste und die Musikwirtschaft, aber auch andere Teilmärkte haben durchschnittliche Umsatzrückgänge im substantiellen zweistelligen Bereich. Man merkt also schon jetzt deutlich die Auswirkungen auf die Dienstleister in der Kreativwirtschaft (Werbung/ Design) - sinkende Nachfrage aus Industrie, Mittelstand, Tourismus, MICE-Branche etc.

Die existenzbedrohende Lage wird sich wohl weiter für viele Unternehmen verschärfen. Die zahlreichen Online-Formate z.B. mit Livestreams brachten insbesondere der Veranstaltungs- und Musikwirtschaft kurzfristig einen Grundumsatz und Sichtbarkeit. In den wenigsten Fällen konnte/ kann jedoch darüber eine ausreichende Kostendeckung herbeigeführt werden.

Im Musikbereich wird der physische Umsatz (CDs und Vinyls) laut Einschätzung von EY um 35 % sinken, während die digitalen Umsätze für die Tonträgerindustrie nur um 8 % wachsen dürften. Die gleichen Trends gelten für den Film mit einem Rückgang der Einnahmen der europäischen Kinos, die bisher auf -75 % im Jahr 2020 geschätzt werden. Anbieter, die im Bereich von Online- und Hybrid-Veranstaltungen bereits vor Corona tätig waren, verzeichnen jedoch teilweise auch ein Umsatzwachstum. Ein verändertes Freizeitverhalten, starke Verschiebungen in den Erlösquellen (z.B. in der Musikwirtschaft) und neue Distributionskanäle (z.B. Streaming versus Kino) haben die Umbrüche bereits früh angekündigt.

In der Werbewirtschaft haben zahlreiche Auftraggeber in laufende Kampagnen eingegriffen und diese nur mit reduziertem Budget weitergeführt oder zurückgestellt. Zwar wurde und wird auf die aktuelle Situation auch mit neuen Kampagnen reagiert, die Marketingkommunikation insgesamt verzeichnet allerdings einen Rückgang, Marketing und Werbebudgets wurden zu großen Teilen stark reduziert. Insgesamt profitiert die Online-Werbung gegenüber anderen Kanälen von der derzeitigen Lage.

Die Buch- und Verlagsbranche sieht eine verstärkte Kundenabwanderung vom stationären zum Online-Handel. Die Diversität der Branche lässt keine übergreifenden Aussagen zu, auf der einen Seite treffen die negativen Corona-Auswirkungen den stationären Buchhandel sowie kleine und mittlere Verlage wirtschaftlich besonders stark, Kinder- und Jugendbuchverlage können das wirtschaftlich starke 2019 jedoch auch 2020 weiterführen und teilweise sogar übertreffen.

Soloselbstständige, kleine Unternehmen und mittelgroße Agenturen der Kultur- und Kreativwirtschaft schauen ungewiss in die Zukunft. Zu den am häufigsten genannten Bewältigungsstrategien gehören das Aufbrauchen von Rücklagen, Erweiterung des Geschäftsmodells, die Entwicklung neuer künstlerischer/kreativer Projekte/Ideen. Viele Befragte gaben bei der Frage danach was helfen würde überdurchschnittlich oft Unternehmerlohn bzw. ein Grundeinkommen an. Es besteht eine steigende Nachfrage nach Austausch, Netzwerken aber auch beruflicher Neuorientierung bzw. Weiterbildung. Innovative Formate und Geschäftsmodelle werden erprobt und es wird branchenübergreifend experimentiert.

Zu den genannten künftigen Bewältigungsstrategien gehört auch die Digitalisierung von Angeboten, wobei viele gleichzeitig genau dafür gar kein Kapital zur Verfügung haben, weil sie auf Rücklagen zurückgreifen mussten. Frauen blicken signifikant pessimistischer in die Zukunft und rechnen weniger damit, im Vergleich 2021/2022 wieder eine Umsatzsteigerung zu haben. Selbständige und Unternehmen, die erst kurz am Markt sind, sehen ihre wirtschaftliche Perspektive noch etwas pessimistischer als jene, die schon länger am Markt sind.

Der unklare Blick in die Zukunft stellt wohl die größte Herausforderung für die Unternehmen dar. Niemand kann derzeit sagen, wann wieder ein normales Auftragsniveau erreicht wird. Geht es um eine weitere Überbrückung einiger Monate, oder wird sich die Kreativwirtschaft - wie auch andere Wirtschaftsbereiche - grundlegend verändern.

10. Beschäftigung und Fachkräftesicherung

Der Arbeitsmarkt reagierte bisher überraschend robust auf die zweite große Pandemiewelle in der Wirtschaft. Nach aktuellen Zahlen der Arbeitsagenturen führte der zweite Lockdown weiterhin nicht zu einer Erhöhung der Arbeitslosigkeit im Südwesten. Die Arbeitslosigkeit ist im Februar trotz des anhaltenden Lockdowns sogar leicht zurückgegangen, die regionale Arbeitslosenquote sank auf eine Quote von 4,6 % (72.256 Arbeitslose). Einen Rückgang gab es allerdings nur bei den Arbeitsagenturen, im Rechtskreis der Jobcenter stieg die Arbeitslosigkeit an. Corona hat vor allem die Hauptzielgruppen der Arbeitsmarktpolitik in starkem Maße getroffen: Langzeitarbeitslose und Menschen mit Migrationshintergrund, die in vergangenen Jahren sehr gut in Beschäftigung integriert wurden, häufig allerdings in sogenannten „vulnerablen Branchen“ wie Gastgewerbe und Zeitarbeit. Die Jugendarbeitslosigkeit stieg im Südwesten leicht, allerdings hat sich der überproportionale Zugang der letzten Monate wieder auf normalem Niveau eingependelt. Absolventen aus dualer und gerade auch akademischer Ausbildung sind Berufseinstiegsperspektiven weggebrochen, weil sich immer mehr Unternehmen bei Übernahmen respektive Neueinstellungen zurückhalten.

Die Arbeitsagenturen verzeichnen nach wie vor steigende Anzeigen auf Kurzarbeit gegenüber den Sommermonaten und sowie eine deutlich reduzierte Arbeitskräftenachfrage. Kurzarbeit bleibt der rettende Anker für viele Beschäftigte, der Großteil der Anzeigen kommt vom Gastgewerbe und Einzelhandel.

Nicht immer kann Kurzarbeit Personalabbau verhindern. Nicht wenige Unternehmen bauen Personal ab, schließen oder verlagern Standorte oder Teile der Produktion. Transfergesellschaften sind häufig das Mittel der Wahl, um Arbeitslosigkeit für die Beschäftigten zu vermeiden und die Betroffenen möglichst in direkte Anschlussbeschäftigung zu vermitteln. Gemeinsam mit den arbeitsmarktpolitischen Partnern werden weitere Instrumente/Maßnahmen diskutiert, wie möglichst direkte Brücken zwischen abgebenden und personalsuchenden Unternehmen organisiert werden können.

Nach Aussage der Arbeitsagenturen bleibt die Arbeitskräftenachfrage auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau (bezogen auf Baden-Württemberg sind im Bestand 17 % weniger als im Vorjahr). Wie im Februar üblich, wurden mehr Stellen gemeldet als im Januar. Dem IHK-Konjunkturbericht zufolge bleiben die Beschäftigungspläne der Gesamtwirtschaft in der Region Stuttgart abwärts gerichtet. In den Handwerksbetrieben der Region hat laut Konjunkturberichterstattung die Beschäftigung im letzten Quartal 2020 etwas abgenommen. Auch beim Blick auf die kommenden Wochen wurde davon ausgegangen, dass sich die Handwerksunternehmer in ihren Personalplanungen zurückhalten und die Zahl der Beschäftigten nicht steigen wird. Im Hinterkopf behalten muss man hier sowohl saisonale Effekte als auch Kurzarbeit.

Der IHK-Fachkräftemonitor zeigt deutlich, wie die Corona-Krise in der Region Stuttgart zu einem Fachkräfteüberschuss geführt hat. Gab es bis 2020 einen Fachkräfteengpass, ist der Arbeitsmarkt nun von einem Überschuss an Fachkräften geprägt. Dieser deutliche Rückgang der Nachfrage zieht sich über viele Branchen in der Region Stuttgart hinweg. Nach wie vor gibt es jedoch bei einzelnen Berufsgruppen erheblichen Fachkräftemangel: im Gesundheits- und Sozialwesen war die Fachkräftenachfrage 2020 im branchenübergreifenden Vergleich am höchsten, auch in einzelnen Handwerksberufen sowie dem IT-Bereich fehlen Fachkräfte. Bei den für die digitale Transformation besonders benötigten Digitalexperten liegt die bundesweite Nachfrage laut digitalem Job-Monitor des Handelsblatts wieder 10 % über dem Vorkrisenniveau. Vor allem Fachleute für Cloud Computing und Onlinehandel waren gefragt wie nie. Dies bestätigt sich u.a. in der Beratung des Welcome Service/Welcome Center sowie in den Kontakten mit den Ausstellern des IT Mittelstandtags. Das Interesse der KMU an der virtuellen Matching-Plattform mit IT-Absolventen der Hochschule Esslingen im vergangenen November war so hoch wie in den Vorjahren.

Steigendes Interesse ist an der Beschäftigung internationaler Fachkräfte erkennbar. So finden die Webinare des Welcome Service mit Fachkräfteeallianzpartnern rund um die Gewinnung und Integration ausländischer Fachkräfte immensen Zuspruch.

Mit voller Wucht kamen die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie auch am Ausbildungsmarkt an. Viele Unternehmen sahen sich deshalb gezwungen, ihre Ausbildungsaktivitäten zu reduzieren oder sogar ganz aufzugeben. Zugleich hat die Zahl der Bewerber abgenommen, u.a. weil die Jugendlichen länger im Schulsystem verblieben. Im Bereich der IHK-Berufe kam es daher in der Region Stuttgart zu einem deutlichen Rückgang der Ausbildungsverträge, im Handwerk wurden 2020 dagegen ähnlich viele Ausbildungsverträge abgeschlossen wie im Jahr davor. Insgesamt hat sich die betriebliche Ausbildung robuster als erwartet erwiesen. Angesichts der weiter anhaltenden Krise steht jedoch nach Arbeitsmarktexperten zu befürchten, dass sich die Situation im kommenden Ausbildungsjahr verschlechtern wird. Dies trifft insbesondere auf kleine Betriebe und Betriebe, die von der Krise besonders stark betroffen sind, zu.

Vor dem Hintergrund der durch Corona beschleunigten Transformationsprozesse leitet sich ein enormer Bedarf an „Transfer-Weiterbildungen“ für Mitarbeiter ab, deren Berufsbild sich durch Digitalisierung und Elektrifizierung wandelt. Vertiefte IT- und Software-Expertise in den Bereichen KI und Internet of Things (IoT), aber auch Kompetenzen im Umgang mit den neuen Formen der Zusammenarbeit und damit Mitarbeiterführung sowie selbstorganisiertes Remote-Arbeiten erfordern Qualifikationsanpassungen der Mitarbeiter. Mit der Weiterbildungsstrategie des Landes Weiter.mit.Bildung@BW und dem Qualifizierungschancengesetz sowie Folgegesetzen haben Politik auf Bundes- und Landesebene wichtige Weichenstellungen vorgenommen. Jetzt gilt es, diese Angebote bei den Betrieben als auch der Beschäftigten zu nutzen.