



Was bewegt Arbeitgeber in der Krise? Eine neue IAB-Befragung gibt Aufschluss

Lutz Bellmann, Christian Kagerl, Theresa Koch, Corinna König, Ute Leber, Malte Schierholz, Jens Stegmaier, Armin Aminian

Um die öffentliche Diskussion und den politischen Prozess zum Umgang mit den wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise mit neuen wissenschaftlichen Fakten zu untermauern, hat das IAB eine spezielle Datenerhebung ins Leben gerufen: die Studie „Betriebe in der Covid-19-Krise“. Für diese Erhebung werden alle drei Wochen jeweils mehr als 1.500 Betriebe zu ihrer Situation in der Corona-Krise und ihrem Umgang damit befragt.

Die Corona-Krise trifft viele Unternehmen in Deutschland hart. Viele Betriebe wurden temporär geschlossen, Millionen Beschäftigte wurden ins Homeoffice geschickt. Die Schließungsmaßnahmen und das Herunterfahren des öffentlichen Lebens haben die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen in Deutschland, aber auch international drastisch reduziert und eine schwere [Rezession](#) ausgelöst.

Noch immer arbeiten sehr viele Beschäftigte in Kurzarbeit. Nach wie vor droht eine Insolvenzwelle, verbunden mit Massenentlassungen, wenn sich die derzeit abzeichnende Erholung als zu schwach erweist oder gar durch einen erneuten Wirtschaftseinbruch jäh

abgewürdigt wird. Gesellschaftliche Entscheidungsträger benötigen daher für den weiteren Umgang mit den ökonomischen Folgen der Krise aktuelle Informationen zu vielfältigen Themen – etwa zu den Fragen, wie die Hilfsprogramme wirken, wie stark die Betriebe von der Krise betroffen sind oder mit welchen Maßnahmen sie den Herausforderungen der Pandemie begegnen.

Um solche Fragen beantworten zu können, wurde die Studie „[Betriebe in der Covid-19-Krise](#)“ entwickelt. Dabei muss das IAB zwei Ziele miteinander in Einklang bringen: Einerseits erfordert die Natur der Krise, die sich in Abhängigkeit vom Infektionsgeschehen in kurzer Zeit drastisch verändern kann, eine schnelle Reaktionsfähigkeit und einen engen Takt in der Erhebung. Auf der anderen Seite gilt es, wissenschaftliche Standards aufrecht zu erhalten und inhaltlich hochwertige Daten zu erzeugen.

Das IAB plant daher wechselnde Themenschwerpunkte, um so auch in Zukunft zeitnah auf aktuelle Entwicklungen reagieren zu können. Dabei ist es erforderlich, in kurzer Zeit neue Fragen zu entwickeln und in enger Abstimmung mit dem Erhebungsinstitut ins Feld zu bringen. Die Befragung von Betrieben im Rahmen einer Panelstudie – also einer Wiederholungsbefragung bei den gleichen Betrieben – stellt aber besondere Ansprüche an die Feldarbeit, die aus verschiedenen, ineinandergreifenden Prozessschritten besteht.

Mittlerweile liegen Ergebnisse aus der ersten Erhebungswelle vor. Ausgewählte Daten werden in Zukunft regelmäßig aktualisiert und in der Publikationsreihe „[Aktuelle Daten und Indikatoren](#)“ auf der Webseite des IAB veröffentlicht. Daneben werden weiterführende Analysen beispielsweise im [IAB-Forum](#) publiziert.

Wie werden die Betriebe befragt?

Alle drei Wochen werden mehr als 1.500 Betriebe in Deutschland telefonisch interviewt. Die erste Erhebungswelle fand vom 3. bis zum 18. August statt. Mit der Datenerhebung wurde das Marktforschungsunternehmen Kantar beauftragt.

Im Gegensatz zu einer Personenbefragung stellt sich bei einer Betriebserhebung die Frage, wer ein geeigneter Interviewpartner ist, da manche Fragen dieser, aber auch anderer Betriebsbefragungen eine genaue Kenntnis der Kennzahlen, der Organisationsstruktur oder der betrieblichen Strategie erfordert. Daher werden im Regelfall leitende Personen aus der Geschäftsführung interviewt, die die Situation ihres Betriebs gut beurteilen können. Da es sich um eine Wiederholungsbefragung bei denselben Betrieben handelt, versuchen die Interviewer, immer wieder mit derselben Person zu sprechen.

Quelle:

<https://www.iab-forum.de/was-bewegt-arbeitgeber-in-der-krise-eine-neue-iab-befragung-gibt-aufschluss/> | 2

Da die Interviews während der Geschäftszeiten stattfinden und Betriebe in der Regel nicht – wie es bei Personenbefragungen durchaus üblich ist – mit kleinen Prämien oder Services für das Interview entschädigt werden können, ist die zeitliche Belastung gering zu halten. Das gilt in besonderem Maße für diese Erhebung, deren Rhythmus sehr eng ist.

Die Interviews dauern daher im Durchschnitt nur etwa zehn Minuten, was die Zahl der möglichen Fragen deutlich begrenzt. Die entsprechende Bereitschaft vorausgesetzt, rufen die Interviewer in der Regel nach zwei bis drei Wochen erneut an, sodass sich Veränderungen im Zeitverlauf abbilden lassen.

Welche Betriebe werden befragt?

Alle Betriebe, die im Rahmen ihrer Meldungen zur Sozialversicherung bei der Bundesagentur für Arbeit registriert sind, können für die Befragung ausgewählt werden. Dabei zählt jede einzelne Niederlassung eines Unternehmens als eigenständiger Betrieb, sofern die einzelnen Niederlassungen unterschiedlichen wirtschaftlichen Betätigungen nachgehen oder in verschiedenen Gemeinden ansässig sind. Nicht befragt werden Betriebe im öffentlichen Dienst sowie Betriebe, die rund acht Monate vor der Erhebung keine sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten hatten.

Die Auswahl der Betriebe erfolgt mittels einer sogenannten geschichteten Zufallsstichprobe, sodass größere Betriebe, in denen die Mehrzahl der Beschäftigten arbeitet, überproportional häufig angefragt werden (siehe Tabelle). Mittels mathematischer Verfahren lassen sich die Daten aus der Befragung auf alle Betriebe außerhalb des öffentlichen Dienstes hochrechnen. Damit ist die Erhebung repräsentativ für alle privatwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland.

Tabelle: Teilnehmende Betriebe und teilnahmeberechtigte Betriebe in Deutschland nach Größe und Branche

	Teilnehmend		Teilnahmeberechtigt	
	Anzahl	Anteil in %	Anzahl	Anteil in %
Insgesamt	1.723	100	2.111.169	100
Größenstruktur				
1 bis 9 Beschäftigte	518	30	1.618.773	77
10 bis 49 Beschäftigte	507	29	387.258	18
50 bis 249 Beschäftigte	546	32	89.601	4
250 und mehr Beschäftigte	152	9	15.537	1
Branchen				
Land- und Forstwirtschaft; Bergbau/Energie/Wasser	42	2	76.050	4
Verarbeitendes Gewerbe	272	16	169.186	8
Baugewerbe	149	9	232.058	11
Groß- und Einzelhandel; Instandhaltung von Kraftfahrzeugen	342	20	403.476	19
Verkehr und Lagerei	77	4	82.228	4
Gastgewerbe	83	5	154.012	7
Information und Kommunikation	50	3	64.785	3
Sonstige Dienstleistungen	431	25	623.113	30
Bildungs-/Gesundheits-/Sozialwesen	277	16	291.725	14

Quelle: Betriebsbefragung „Betriebe in der Covid-19-Krise“, Welle 1, IAB und Statistik der Bundesagentur für Arbeit: Statistik zum Bestand an Betrieben zum Stichtag: 30.11.2019, eigene Berechnungen. © IAB

Nicht jeder zufällig ausgewählte Betrieb wird auch tatsächlich befragt. Für die erste Erhebungswelle wurden 18.000 Betriebe gezogen, davon aber nur 71 Prozent kontaktiert. Denn zunächst liegen nur die postalischen Anschriften der Betriebe vor, benötigt wird aber eine Telefonnummer, die sich für 16 Prozent der Betriebe jedoch nicht recherchieren ließ. Weitere fünf Prozent der Betriebe hatten prinzipiell ausgeschlossen, an Befragungen teilzunehmen und ihre Telefonnummer hierfür sperren lassen.

Auch Betriebe, die bereits an anderen IAB-Befragungen teilnehmen, werden für die Studie [„Betriebe in der Covid-19-Krise“](https://www.iab-forum.de/was-bewegt-arbeitgeber-in-der-krise-eine-neue-iab-befragung-gibt-aufschluss/) nicht angerufen. Zusätzlich verhindert der knappe

Zeitraumen der Feldarbeit, dass alle Betriebe gleichmäßig kontaktiert werden. Wenn besonders viele Betriebe mit gewissen Strukturmerkmalen (Betriebsgröße und Branche) eine Teilnahme ablehnen, werden strukturell ähnliche Betriebe zum Ausgleich der Verweigerungen bei der Anrufsteuerung priorisiert.

Das Vorzimmer - oder wie erreicht man die Geschäftsführung?

Der Einstieg in das Gespräch ist die Stunde des Interviewers. Die 92 Interviewer haben innerhalb von nur zwei Wochen rund 40.000 Kontaktversuche getätigt. In größeren Betrieben nimmt häufig das Sekretariat das Telefonat entgegen. Doch diese Gatekeeper haben oft den Auftrag, unerwünschte Anrufer abzuweisen. Dies stellt eine besondere Herausforderung für die Interviewerinnen und Interviewer dar. Diese erläutern an dieser Stelle kurz die Studie und bitten darum, mit dem Inhaber oder der Geschäftsführung des Betriebs verbunden zu werden. Diese Zielgruppe ist jedoch vielbeschäftigt und besonders schwer erreichbar. Im Gespräch versuchen Interviewer daher, die Gatekeeper für ihr Anliegen zu gewinnen und einen Termin bei der zuständigen Person zu erhalten.

Sobald die Verbindung zu dieser Person hergestellt ist, muss auch sie von der Teilnahme überzeugt und zugleich darüber informiert werden, dass alle Angaben streng vertraulich sind. Daher wird vor dem Erstkontakt ein Anschreiben verschickt, in dem das Interview angekündigt wird und zugleich die Befragung als wissenschaftliche Untersuchung des IAB ausgewiesen wird. Dabei wird explizit darauf aufmerksam gemacht, dass es sich beim IAB um die Forschungseinrichtung der Bundesagentur für Arbeit handelt.

In der ersten Erhebungswelle waren von den 12.706 Betrieben mit mindestens einem Kontaktversuch 1.882 Betriebe, also 14,8 Prozent, zur Teilnahme bereit. Dies ist vergleichbar mit anderen telefonischen Betriebsbefragungen und zeigt, dass es trotz des kurzen Befragungszeitraums von zwei Wochen gelingt, eine ausreichende Zahl von Betrieben zur Teilnahme zu bewegen.

Aus den teilnahmebereiten Betrieben erfolgt eine weitere Auswahl. Ein Interview soll nur stattfinden, wenn der antwortende Betrieb wirklich aus der anvisierten Zielgruppe stammt. Bei einem Prozent der teilnahmebereiten Betriebe handelte es sich nicht um den ausgewählten Betrieb. Weitere sechs Prozent zählten trotz der Vorauswahl zum öffentlichen Dienst und mussten von der Befragung ausgeschlossen werden. Ein weiteres Prozent der Betriebe brach das Interview während der Befragung ab. So verblieben 1.723 Betriebe, also 92 Prozent, mit denen in der ersten Erhebungswelle ein vollständiges Interview möglich war.

Quelle:

<https://www.iab-forum.de/was-bewegt-arbeitgeber-in-der-krise-eine-neue-iab-befragung-gibt-aufschluss/> | 5

84 Prozent dieser Betriebe waren damit einverstanden, in der nächsten Erhebungswelle erneut kontaktiert zu werden.

Zu welchen Themen wird gefragt?

Da die Befragungszeit ein knappes Gut ist, die Interviews zugleich aber in engem zeitlichen Abstand erfolgen, umfasst die Studie drei Kategorien an inhaltlichen Fragen. Beim ersten Interview, das etwas aufwändiger ist, werden neben weiteren Fragen einmalige Strukturinformationen der Betriebe erhoben. Dabei handelt es sich um relativ stabile Merkmale, zum Beispiel Fragen nach der Qualifikationsstruktur der Belegschaft, nach der Exporttätigkeit oder nach dem Vorhandensein eines Betriebsrats.

Da es sich um eine Panelbefragung handelt, werden zudem in jeder Welle Informationen zu eher volatilen Kennziffern erhoben, die in besonderem Maße von der wirtschaftlichen Entwicklung abhängen können. Dies betrifft zum Beispiel Fragen nach Einstellungen und Entlassungen sowie zur Betriebsgröße, aber auch Fragen nach den Auswirkungen der Krise und zur betrieblichen Liquidität.

Hinzu kommen die wechselnden Schwerpunkte, die nicht nur für jede Welle neu entwickelt, sondern mitunter auch schnell an die allgemeine wirtschaftliche Lage angepasst werden müssen. In der ersten Welle wurden die Betriebe vor allem gefragt, wie stark sie von der Krise betroffen sind und mit welchen personalpolitischen Maßnahmen sie auf die Krise reagiert haben (eine Auswertung wurde am 21. September dieses Jahres als [Grafik aktuell](#) im IAB-Forum publiziert).

In der zweiten Welle, die gemeinsam mit der [Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin \(BAuA\)](#) durchgeführt wird, steht der Arbeits- und Gesundheitsschutz im Vordergrund. Die dritte Welle wird sich der Situation der Ausbildung und der Ausbildungsprämie – eine Maßnahme, mit der die Ausbildungsbemühungen der Betriebe im Zuge der Krise gestärkt werden sollen – widmen, bevor in der vierten Welle, erneut in Kooperation mit der [BAuA](#), ein Schwerpunkt zum Thema Homeoffice ins Feld gehen wird. Nach derzeitigem Planungsstand sollen in den weiteren Wellen unter anderem die Kurzarbeit und Ausbildungspläne der Betriebe für das nächste Ausbildungsjahr erfasst werden.

Fazit

Die präzise definierte Zielgruppe und die zufällig gezogene Stichprobe aus allen bei der Bundesagentur für Arbeit registrierten Betrieben (ausgenommen der öffentliche Dienst),

zeichnen diese Erhebung in technischer Hinsicht aus. Der Einsatz von erfahrenen Interviewern, die speziell für die besonderen Herausforderungen von Betriebsbefragungen geschult sind, ist ein weiteres Qualitätsmerkmal. Schließlich entwickeln die Forscherinnen und Forscher des IAB in enger Folge und abhängig von der weiteren Entwicklung der Krise thematisch wechselnde Schwerpunkte. Damit steht dem IAB ein leistungsfähiges Instrument zur Verfügung, um in den kommenden Wochen und Monaten regelmäßig über die Situation der Betriebe in der Covid-19-Krise zu berichten.