



Freelancer/Selvstændig/Kombinator

En undersøgelse af:

Markeder- Kompetencer – Salg – Vilkår – Behov

Indholdsfortegnelse

- Baggrunden for denne undersøgelse.....s.3

Baggrundsspørgsmål:

- Er du medlem af en a-kasse?s.5
- Er du freelancer (honorar aflønnet), selvstændig eller kombinator?.....s.6
- Hvad er baggrunden for, at du er freelancer/selvstændig?.....s.7
- Hvad er baggrunden for, at du er kombinator?.....s.7
- Hvordan er du kombinator?.....s.8
- Hvor længe har du været freelancer/selvstændig/kombinator?.....s.9

Opgaver og Kunder:

- Hvilke opgaver løser du?.....s.10
- Hvem er dine typiske arbejdsgivere/opgaveleverandører/kunder?.....s.11
- Hvor mange faste opgaveleverandører/kunder har du?.....s.12
- Hvor stor en andel af din indtægt kommer fra en eller to store kunder?.....s.13

Økonomi og salg:

- Kunne du leve økonomisk tilfredsstillende af at være freelancer/selvstændig/kombinator før Corona?.....s.14
- Kan du leve økonomisk tilfredsstillende af at være freelancer/selvstændig/kombinator nu?.....s.14
- Hvor meget tid bruger du ca. per uge på at lande nye opgaver?..... s.16
- Hvilke(n) metode/metoder benytter du, når du skal lande nye opgaver?.....s.17
- Hvilke sociale medier benytter du til markedsføring og til at lande opgaver?.....s.18
- Har coronakrisen haft betydning for, hvordan du lander opgaver, og hvor meget tid du bruger på det?.....s.19
- Har coronakrisen betydet, at du har måtte ændre eller udvide typen af opgaver, du løser for at tale til nye kundegrupper - eller at du har søgt eller søger andet arbejde?.....s.21
- Har coronakrisen medført, at du har fokuseret på andet end drift af din virksomhed som selvstændig, freelancer eller kombinator?.....s.22
- Hvordan har coronakrisen påvirket dit antal af opgaver/kunder?.....s.23
- Har du på grund af corona været nødt til at melde dig på dagpenge?.....s.23

Vækst og rådgivning:

- Har du på noget tidspunkt benyttet dig af tilbud om rådgivning/kurser til iværksættere/freelancere/selvstændige?.....s.25
- Har du ambitioner om, at din virksomhed som selvstændig, freelancer eller dit eventuelle kooperativ skal vækste og ansætte?.....s.26
- Hvilken sparring har du behov for, for at udvikle din forretning?.....s.27

Perspektivering:

- Perspektiver og learnings.....s.28

Baggrunden for denne undersøgelse

Hvorfor har vi lavet denne undersøgelse?

Omdrejningspunktet i denne undersøgelse, som er lavet i et samarbejde mellem AJKS og Freelancegruppen i DJ, er arbejdsliv og vilkår for ”soloselvstændige”, freelancere og kombinatører indenfor de brancher som AJKS-medlemmer arbejder i, hvilket hovedsageligt er journalistik, kommunikation, sprog og marketing. Der er i dag en del viden, der kan påpege tendenser indenfor iværksætteri og arbejdsmarkedet som helhed og på tværs af alle brancher, men kun ganske lidt, der fokuserer på vilkårene for freelancere, selvstændige og kombinatører, i hvad der typisk er enkeltpersonsvirksomheder.

Hvad og hvem undersøger vi?

I undersøgelsen har vi spurgt freelancere/selvstændige/kombinatører med tilknytning til AJKS, DJ eller begge dele.

Følgende udgør nogle af de spørgsmål, vi stiller skarpt på i undersøgelsen.

- Hvad er baggrunden for at være freelancer/selvstændig/kombinatør?
- Hvilke opgaver tilfalder typisk freelancere/ selvstændige/kombinatører?
- Hvordan landes der opgaver?
- Hvordan fordeler kunderne sig ift. brancher?
- Kan man leve af at være freelancer/ selvstændig/kombinatør?

Vi fokuserer med andre ord på essentielle forhold, der kendetegner vilkårene for at være freelancer/ selvstændig/kombinatør.

Hvordan skal undersøgelsen læses?

Enhver undersøgelse skal ses i relation til den kontekst, den er lavet i. Det særegne ved denne undersøgelses kontekst er dels, at vi spørger ind til et lille segment af freelancere/selvstændige/kombinatører, der arbejder inden for de brancher, AJKS og DJ dækker, dels at dette segment til en vis grad adskiller sig fra fx det mere klassiske iværksættersegment, når det bl.a. kommer til baggrunden for at være freelancere/selvstændige/kombinatører.

Denne baggrund såvel som de typer af opgaver, der løses, kan have indflydelse på fx ambitionen om at vækste og ansætte medarbejdere. Flere af vores freelancere/selvstændige/kombinatører har valgt denne levevej for at kunne arbejde lige præcis med det nichefelt eller de opgaver, de er passionerede omkring. Andre er freelancere/selvstændige/kombinatører, fordi det er et branchevilkår. Med andre ord er det vigtigt at læse nærværende undersøgelse med ovenstående in mente.

Baggrunden for denne undersøgelse

I samarbejde med Freelancegruppen i Dansk Journalistforbund har AJKS indhentet 155 besvarelser, og undersøgelsens resultater kan på det grundlag alene bruges til at påpege tendenser og pejlinger i markedet.

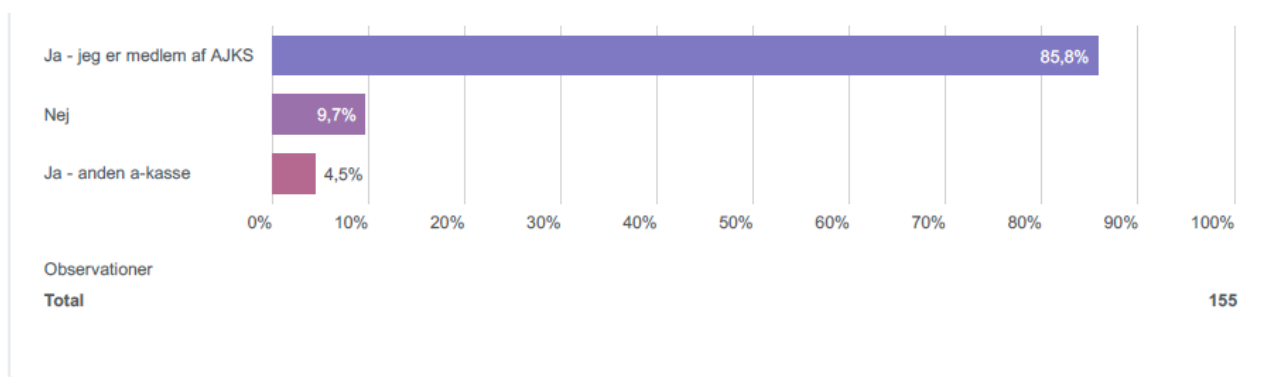
På baggrund af de indsamlede kvantitative data samt de fritekstbesvarelser der er indsamlet, byder AJKS' karrierevejledere ind med tolkninger på såvel mulige baggrunde for de tendenser der ses, samt de implikationer disse kan have. I 2018 foretog A-kassen for Journalistik, Kommunikation og Sprog og Freelancegruppen i Dansk Journalistforbund en lignende undersøgelse og vi vil, hvor det forekommer relevant, sammenholde data fra dengang og nu.

God læselyst.

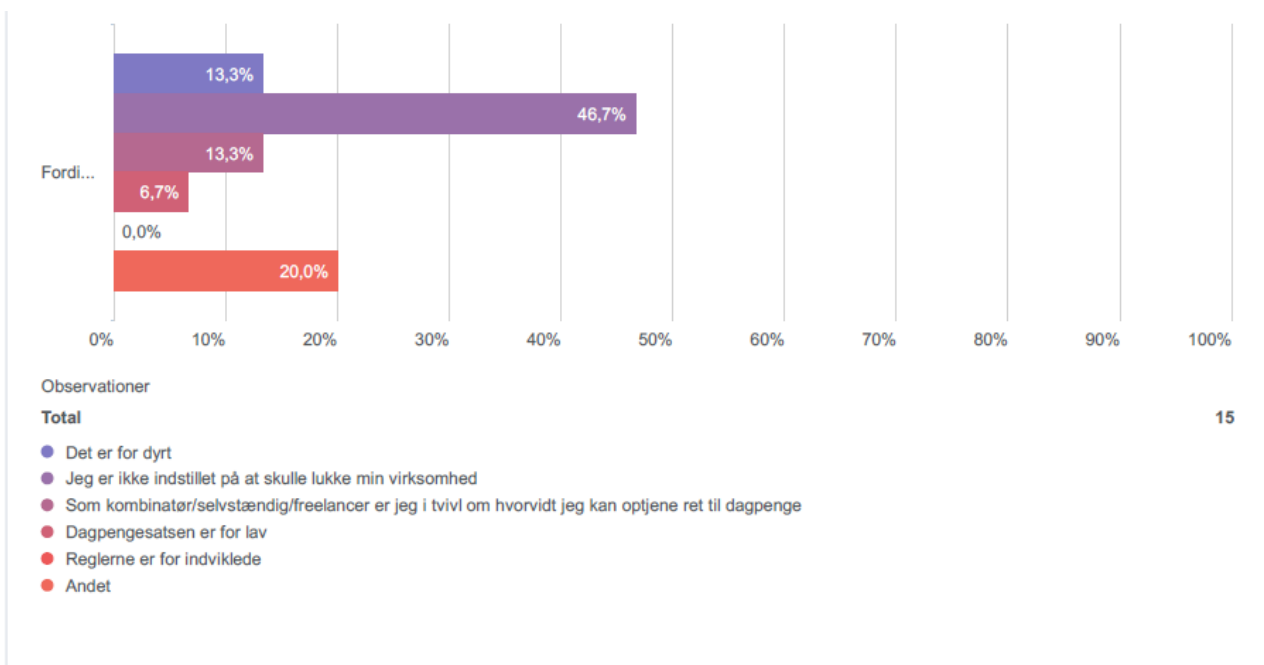
Baggrundsspørgsmål

Vi lægger ud med lidt baggrundsspørgsmål for at indsamle lidt grundlæggende viden om vores freelancere/selvstændige/kombinatører.

Er du medlem af en a-kasse?



Vil du uddybe dit nej?

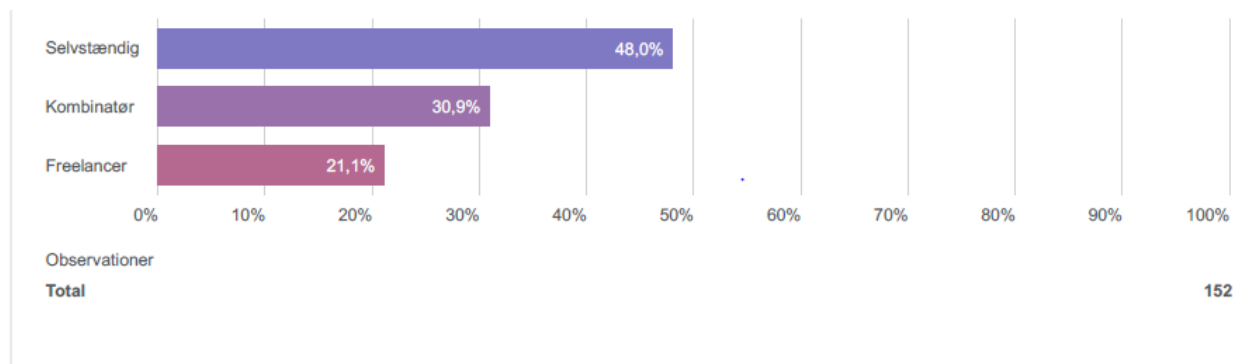


Baggrundsspørgsmål

Blandt dem, der fravælger a-kasse, angiver knap **46,7 %**, at det skyldes, at ret til dagpenge betinger nedlukning af virksomhed og eventuel afhændelse af udstyr. Dette kalder på et forsæt politisk arbejde for at sikre et dagpengesystem, der er mere smidigt og attraktivt for selvstændige.

At 13,3 % svarer, at de er i tvivl om, hvorvidt de kan optjene ret til dagpenge viser, at vi stadig skal informere vidt og bredt om reglerne på området - man kan optjene ret til dagpenge med både indtægt fra egen virksomhed og lønarbejde.

Er du freelancer (honoraraflønnet), selvstændig (CVRnr) eller kombinator(aflønnet som lønmodtager og freelancer/selvstændig)

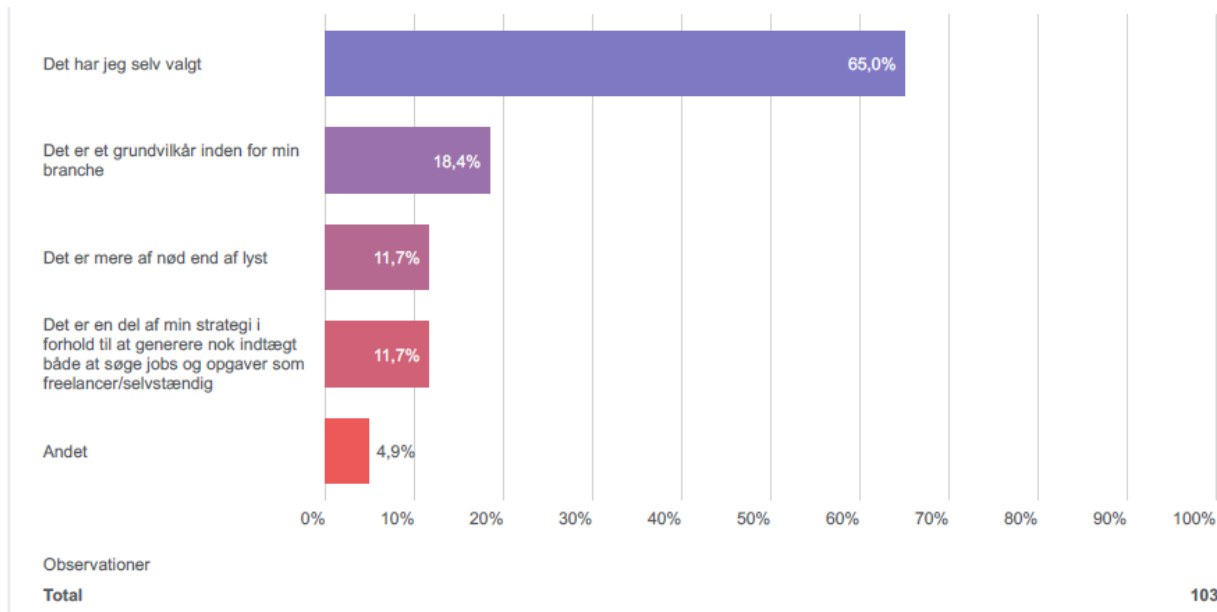


Der er en klar overvægt af selvstændige med CVR-nummer blandt vores respondenter (48 %). Dette kan handle om, at de markeder, de sælger til, ønsker en faktura, altså at det er comme il faut.

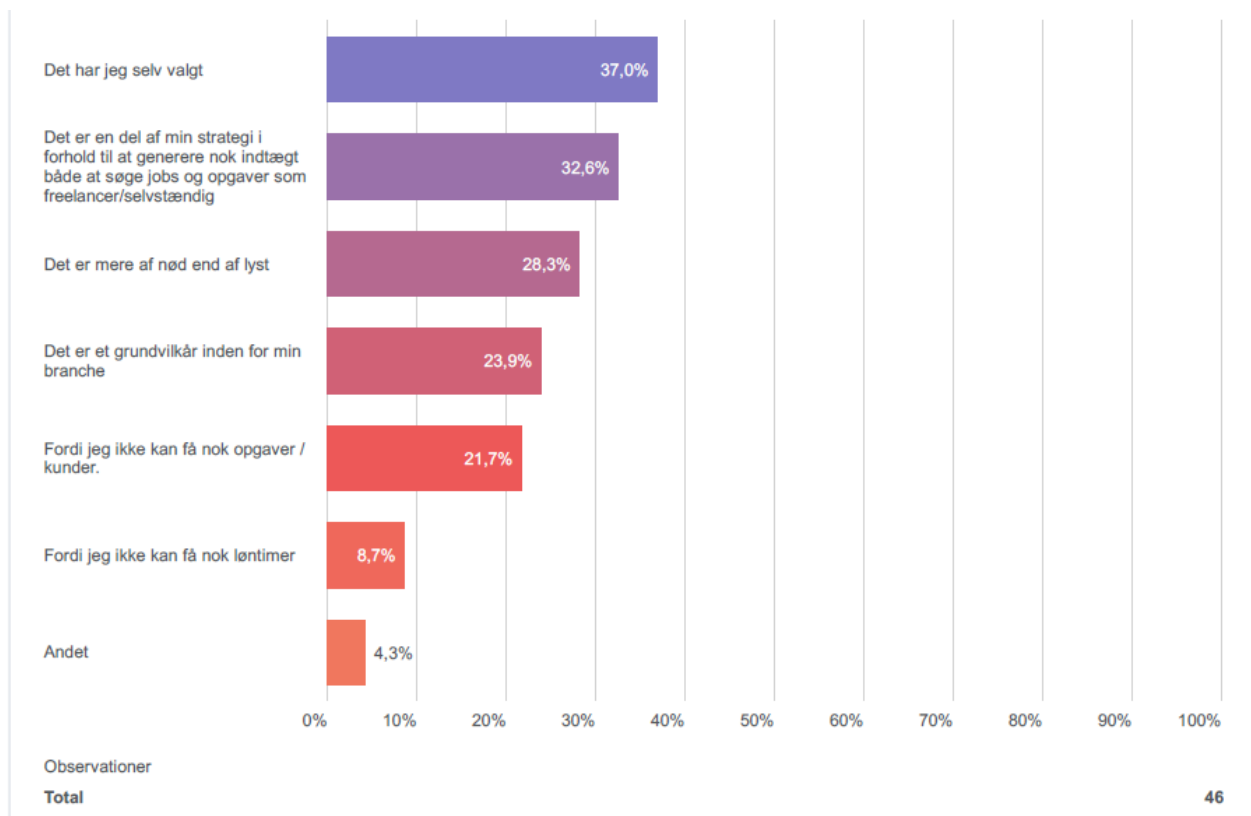
At hele 30,9 % er kombinatorer, det vil sige både lønmodtager og enten freelancer eller selvstændig, kan dels handle om markeder, hvor der er stadig længere mellem faste ansættelser med timer nok, og dels om at nogle for at kunne hellige sig deres passion, tager et arbejde, der skaber en grundindtægt og så arbejder med deres passion som freelancer eller selvstændig. Se i øvrigt mere herom på side 7-9.

Baggrundsspørgsmål

Hvad er baggrunden for, at du er freelancer/selvstændig?

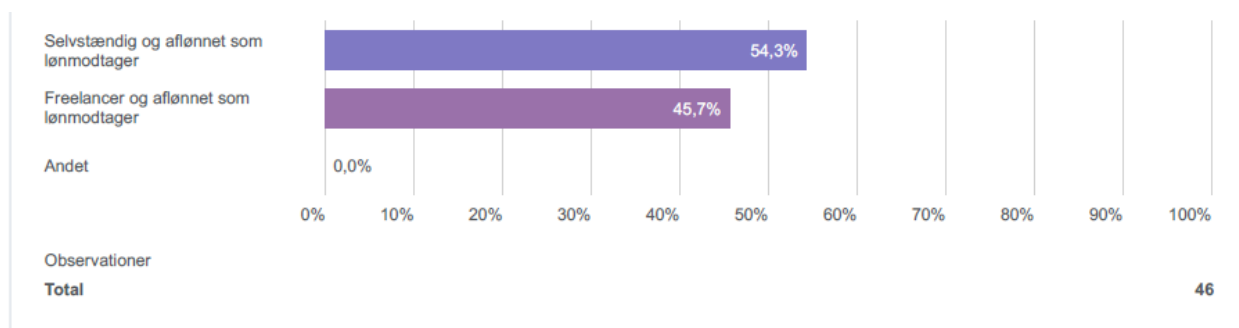


Hvad er baggrunden for, at du er kombinator?



Baggrundsspørgsmål

Hvordan er du kombinator?



Der er en større andel selvstændige 64,4 %, som tilkendegiver, at de selv har valgt deres tilværelse som selvstændig – holdt op imod, at det kun er 37,8 % af kombinatorerne, som svarer at kombinatorrollen er selvvalgt.

Det er tankevækkende, at henholdsvis 18,8 % af de selvstændige og 24,4 % af kombinatorerne svarer, at de oplever deres arbejdsituation som "et grundvilkår for min branche". Det kan tolkes som en udvikling i brancherne henimod færre fastansættelser og flere opgave- og projekttilknytninger.

I det perspektiv er det ikke så overraskende, at 26,7 % af kombinatorerne svarer, at baggrund for deres arbejdsituation "mere er af nød end af lyst", for de selvstændige er tallet 11,9 %.

Citater fra respondenter:

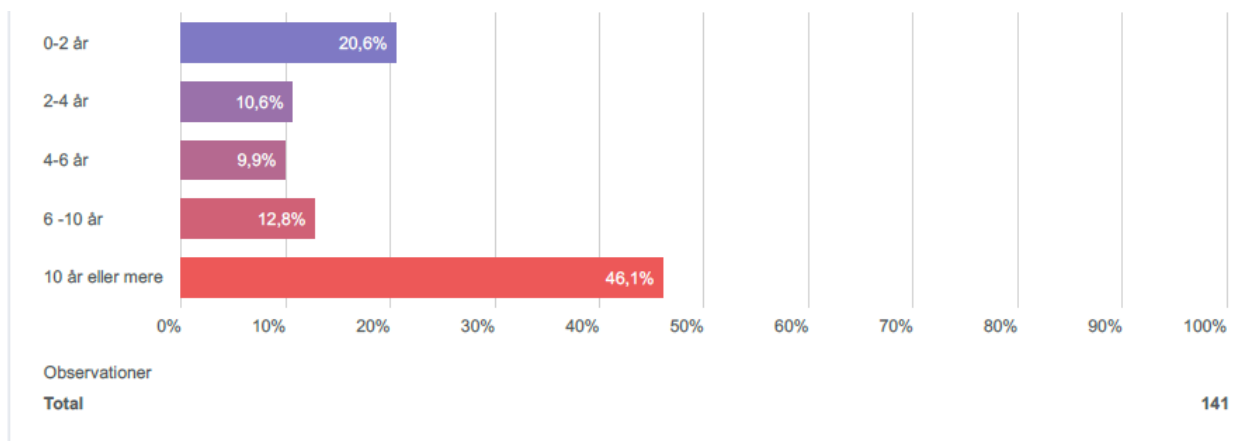
"Jeg oplevede at brugen af praktik, løntilskud og freelancer stillinger uden fast timetal, trak min løn så langt ned, at jeg ikke kunne leve af det. Det er både mig, der har været i de positioner og tidligere kolleger. Til sammen har det gjort lønniveauet, og den måde man måske jonglerer flere freelancestillinger med høje krav til konstant rådighed, der gjorde, at jeg valgte at blive selvstændig. Som selvstændig kan jeg tage en ordentlig timepris og selv stille forventninger og løfter om deadlines og rådighed."

"Jeg har forskellige freelanceopgaver, men ikke nok til at kunne leve af dem, så jeg må supplere med dagpenge, og i perioder er jeg udelukkende på dagpenge. Selv om jeg godt kan lide de opgaver, jeg har, er de ofte dårligt betalt, og ideelt set ville jeg hellere have et fast job"

"Jeg valgte for snart 12 år siden at sige mit job op og blive selvstændig, hvilket jeg havde drømt om, siden jeg blev færdiguddannet. Jeg har været momsregistreret siden starten. Det gør alting meget nemmere. Jeg gider ikke bruge mere end højst nødvendig administration og vil for enhver pris undgå lønmodtager- og kombinator-bureaukrati. Jeg foretrækker at bruge min tid på enten at tjene penge eller holde fri."

Baggrundsspørgsmål

Hvor længe har du været freelancer/selvstændig/kombinatør?



Af besvarelsene er der klart en overvægt (45,7 %) af freelancere/selvstændige/kombinatører med mere en 10 års erfaring. Derefter er den næststørste gruppe (21 %) kendetegnet ved at have mellem 0-2 års erfaring.

En udlægning af dette kan være, at et flertal har valgt at gøre det til en levevej, og det er det blevet. Dertil kan det være, at der er en stor gruppe, der begynder arbejdslivet på freelance/selvstændig/kombinatør vilkår enten frivilligt eller ufrivilligt. Endelig kan der i gruppen, der har svaret 0-2 år, være nogen, der som et led i deres jobsøgningsstrategi er startet op som freelancer/selvstændig.

Citater fra respondenter:

"Jeg er sprogredaktør og oversætter. Der er sikkert nogle jobs i mit område, men mange er selvstændig eller freelancer. Jeg startede i 1986".

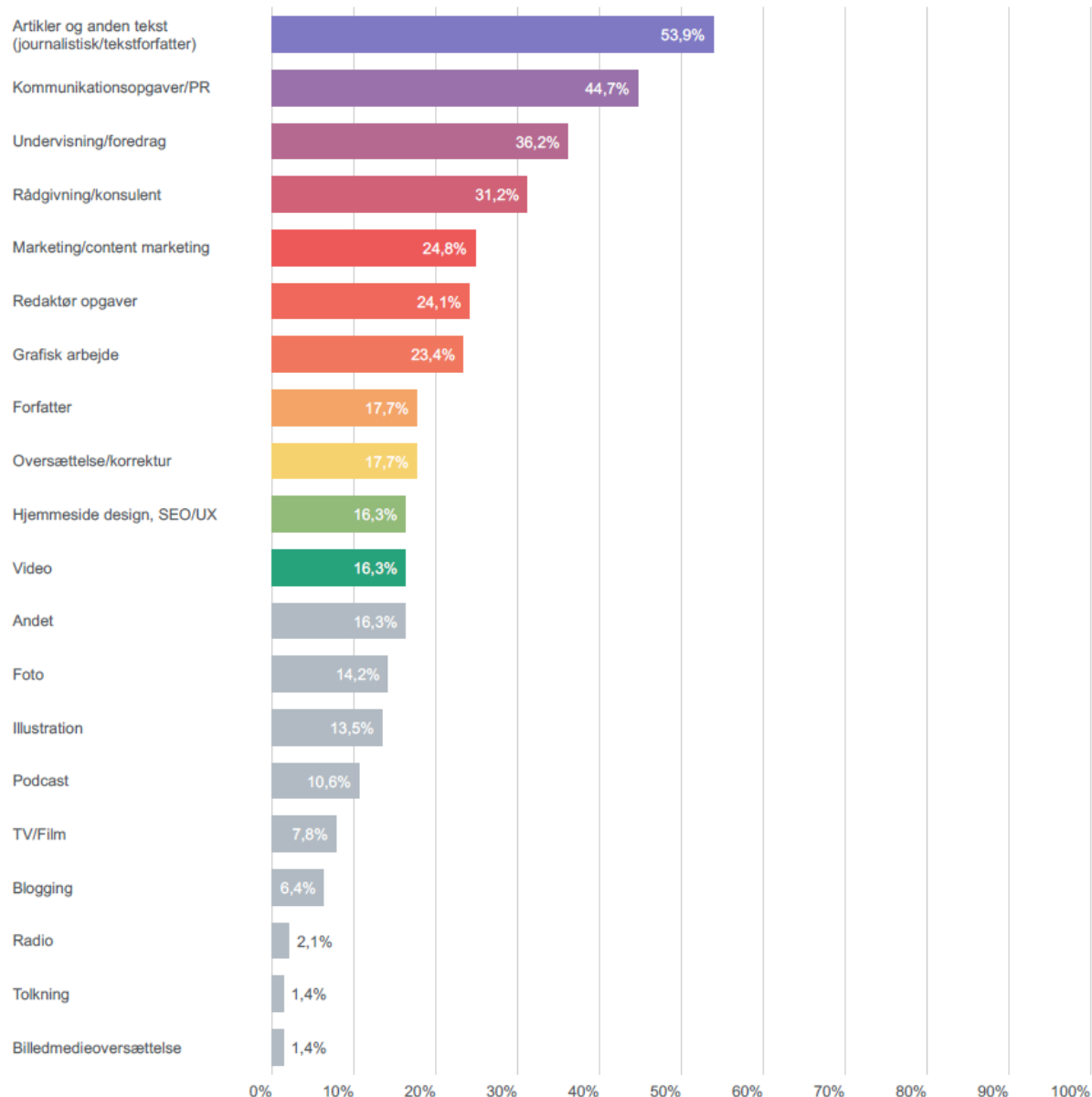
"Oprindeligt 100 % freelancer, men har de senere år fået en større og større fast tilknytning til en arbejdsplads, hvor jeg nu har en 60 % ansættelse. Derudover arbejder jeg fortsat som freelancer.

"Det er den eneste type lønnet arbejde, jeg indtil videre har fået."

"Jeg blev sagt op og har ikke haft held til at få en ny fast stilling - derfor lever jeg fra hånden til munden som selvstændig/freelancer....det er ikke mit drømmescenarie og forsøger at se, om jeg kan skifte branche for at kunne få et fast job"

Opgaver og kunder

Hvilke opgaver løser du?



Observationer

Total

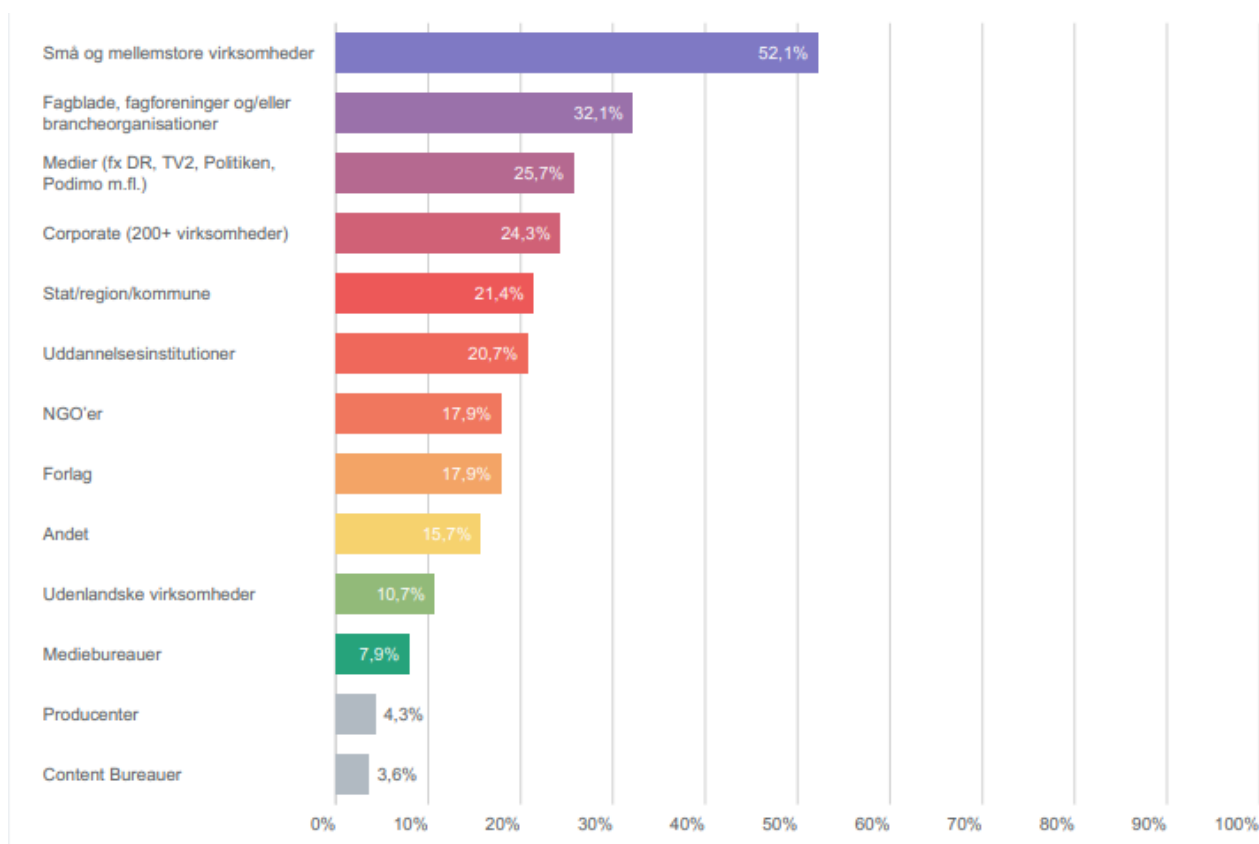
141

Opgaver og kunder

Marketing, kommunikation og klassisk content/indhold i form af artikler eller anden tekst er nogle af de overvejende opgaver, der løses. Undervisning, rådgivning og grafiske opgaver er ligeledes nogle afgørende opgaveområder. I betragtning af, at markedsanalyser (se bl.a.

<https://www.brandmovers.dk/content-marketing-i-danmark>) peger på, at video udgør et stigende behov hos mange virksomheder, er det interessant, at der har været en stigning fra ca. 10 % i 2018 til 16,7 % i dag i antallet af respondenter, der svarer at de løser videoopgaver (16,7 %). Meget tyder på, at dette er et felt der vil være i fortsat vækst, og som dermed rummer potentiale for flere opgaver for vores respondenter med korresponderende kompetencer.

Hvem er dine typiske arbejdsgivere/opgaveleverandører/kunder?



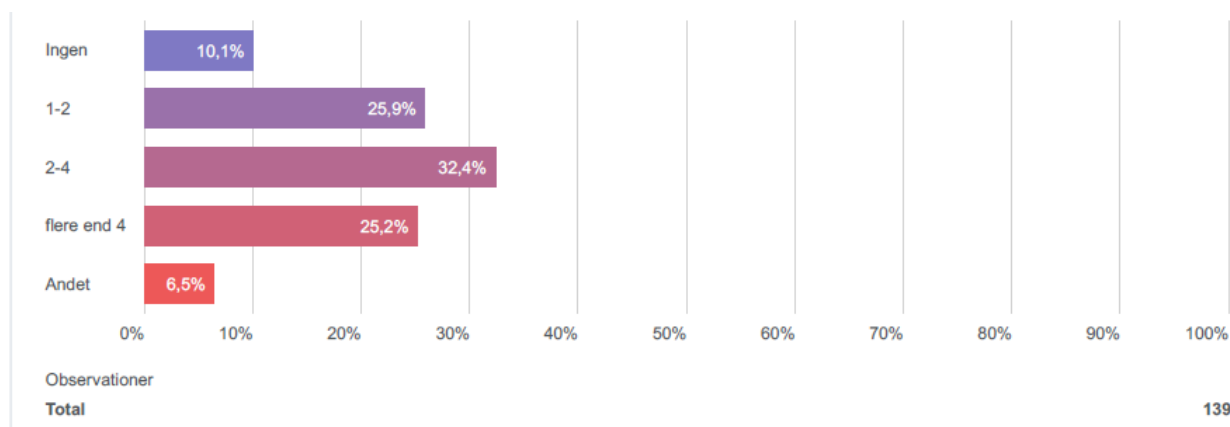
Opgaver og kunder

Små og mellemstore virksomheder (SMV) udgør mere end 50 % af opgavemarkedet. Mediehuse, *corporate* virksomheder, fagforeninger, stat og kommune samt uddannelsesinstitutioner udgør alle dertil over 20 % af markederne for opgaver.

SMV'erne udgør et jobmarked, der med fordel kan fokuseres yderligere på, hvis man er freelancer/selvstændig. Der er tæt på 300.000 tusind SMV'er i dk (290.483 i 2019) og næsten en million fuldtidsansatte – et tal, der har været i stigning.

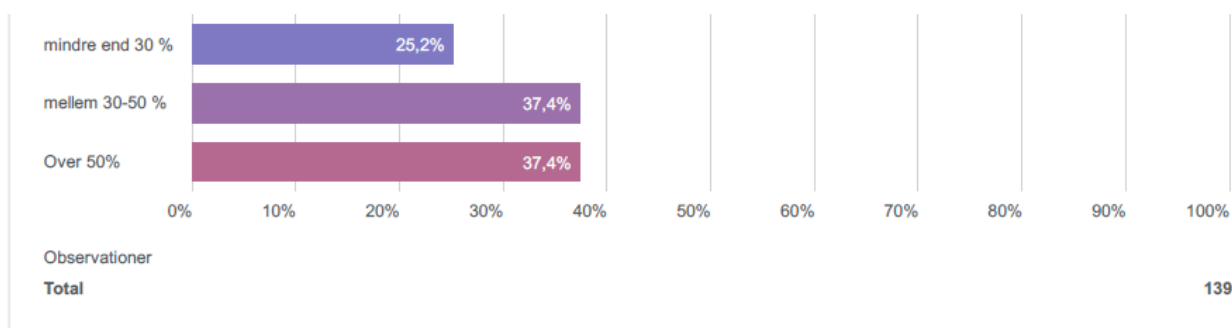
Spredningen i besvarelser kan ses som et udtryk for de forskellige fagligheder, som respondenterne repræsenterer, samt at vores medlemmers kompetencer er efterspurgt på tværs af brancher, offentlig-privat, SMV-*corporate*.

Hvor mange faste opgaveleverandører/kunder har du?



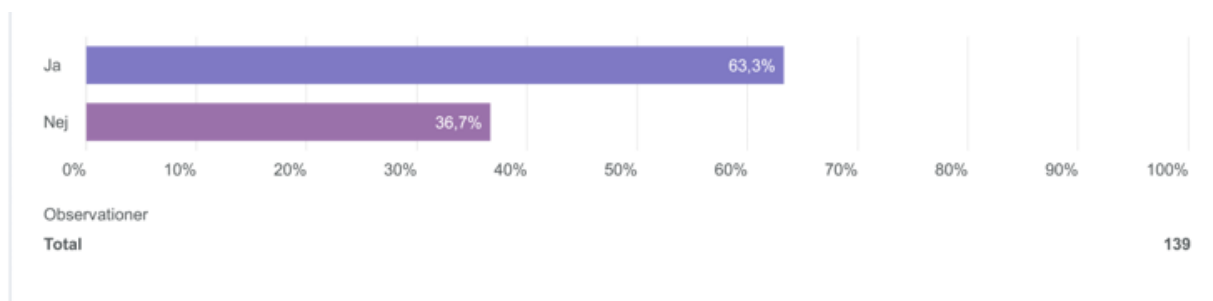
Opgaver og kunder

Hvor stor en andel af din indtægt kommer fra en eller to store "kunder"?

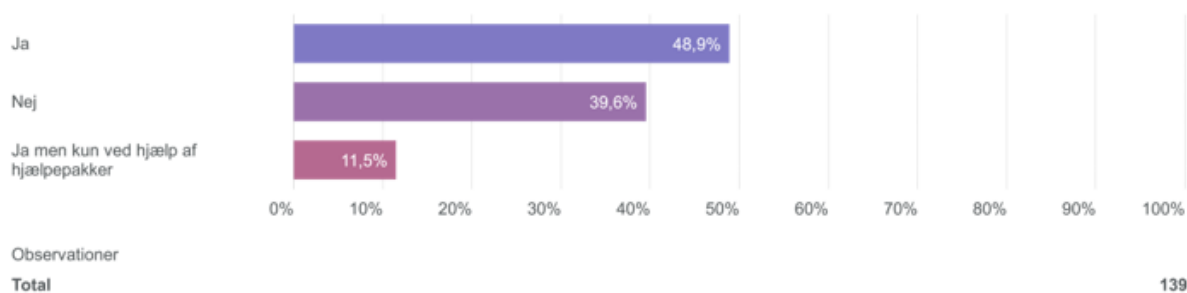


Positivt tolket er det godt, at der er 57,4 % der svarer at indtægt kommer fra 2 eller flere kunder – med andre ord at der er en bevidsthed om at sikre og basere indtægt på flere kunder. Vælger man derimod at kigge med skeptiske briller på besvarelsene, så svarer 78,8 %, at de får 30 % eller mere af deres indtægt fra en eller to store kunder – hvilket potentielt er sårbart.

Kunne du leve økonomisk tilfredsstillende af at være freelancer/selvstændig/kombinator før Corona?



Kan du leve økonomisk tilfredsstillende af at være freelancer/selvstændig/kombinator nu?



Økonomi og salg

Corona hjælpepakker har tilsyneladende været en vigtig hjælp for 11 % af de adspurgte.

Det matcher nogenlunde, at der er et fald på 14,4 % - fra 63,3 % til 48,9 % - der svarer, at de "kan leve økonomisk tilfredsstillende", henholdsvis før og efter corona.

Der er henholdsvis 36,7 % før corona og 39,6% efter corona, der svarer "nej" til, at de "kan leve økonomisk tilfredsstillende". Til trods for at det er positivt, at det tal ikke er steget mere under coronakrisen, kan det vække bekymring, at så relativ stor en gruppe giver udtryk for at have et arbejdsliv, som er udfordret på de økonomiske vilkår og rammer. Forklaringen på at økonomien er udfordret skal formentlig findes i, at flere af de markeder, der opereres i, er prispressede, fx det journalistiske og content i bred forstand. Dertil favner undersøgelsen også svar fra kunstneriske profiler, en gruppe der typisk forliger sig med en stram økonomi, så længe der er plads til at udøve egen faglighed/kunst.

Citater fra respondenter:

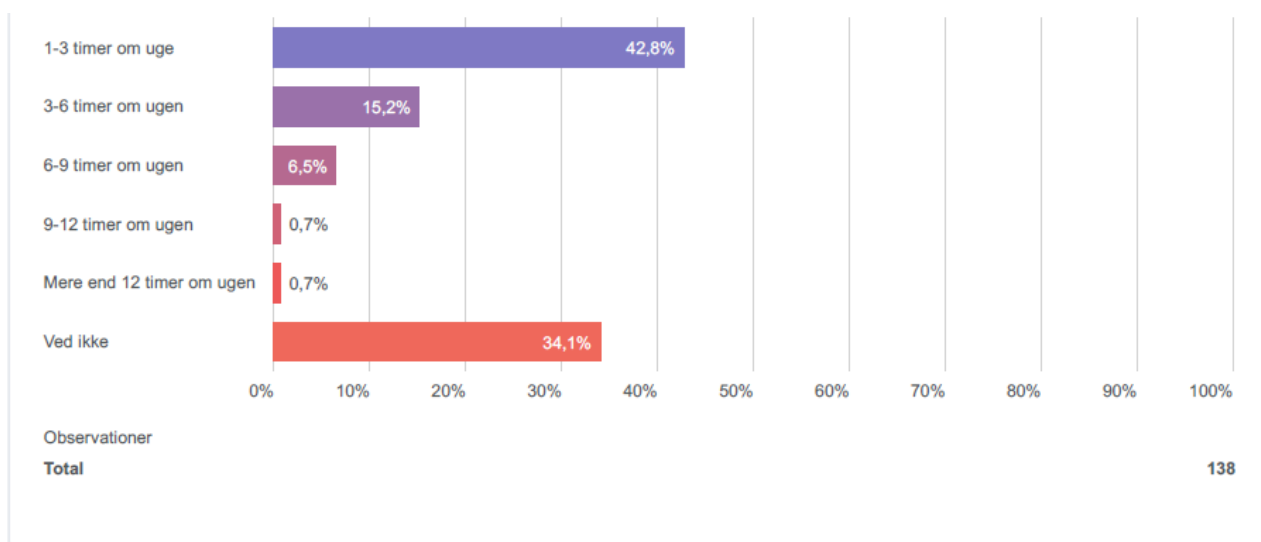
"Det har ikke påvirket min business. Jeg arbejder og markedsfører som før corona-krisen."

"Coronakrisen har gjort, at jeg i mere end et halvt år ikke har kunnet udføre de opgaver, jeg normalt har kunnet udføre. Da de opgaver samtidig er dem, som har været faste og givet mig en fast indtægt, har jeg stået uden fast indtægt i mere end 6 måneder. Det har ikke været sjovt. Og ingen hjælpepakker har været møntet på min situation eller kunnet hjælpe mig"

"Under corona har jeg omlagt til digital undervisning. Pt er jeg i gang med podcastudvikling, ligesom jeg skriver på bog og har opsøgt kunder, der vil betale mig for at blogge"

"Jeg havde i en periode på to måneder et dyk i omsætningen. Jeg satte gang i en newbizz indsats med at skrive til mine forbindelser, og fik nye kunder og lavede nye typer opgaver. Det endte med at blive sjovt og udviklende."

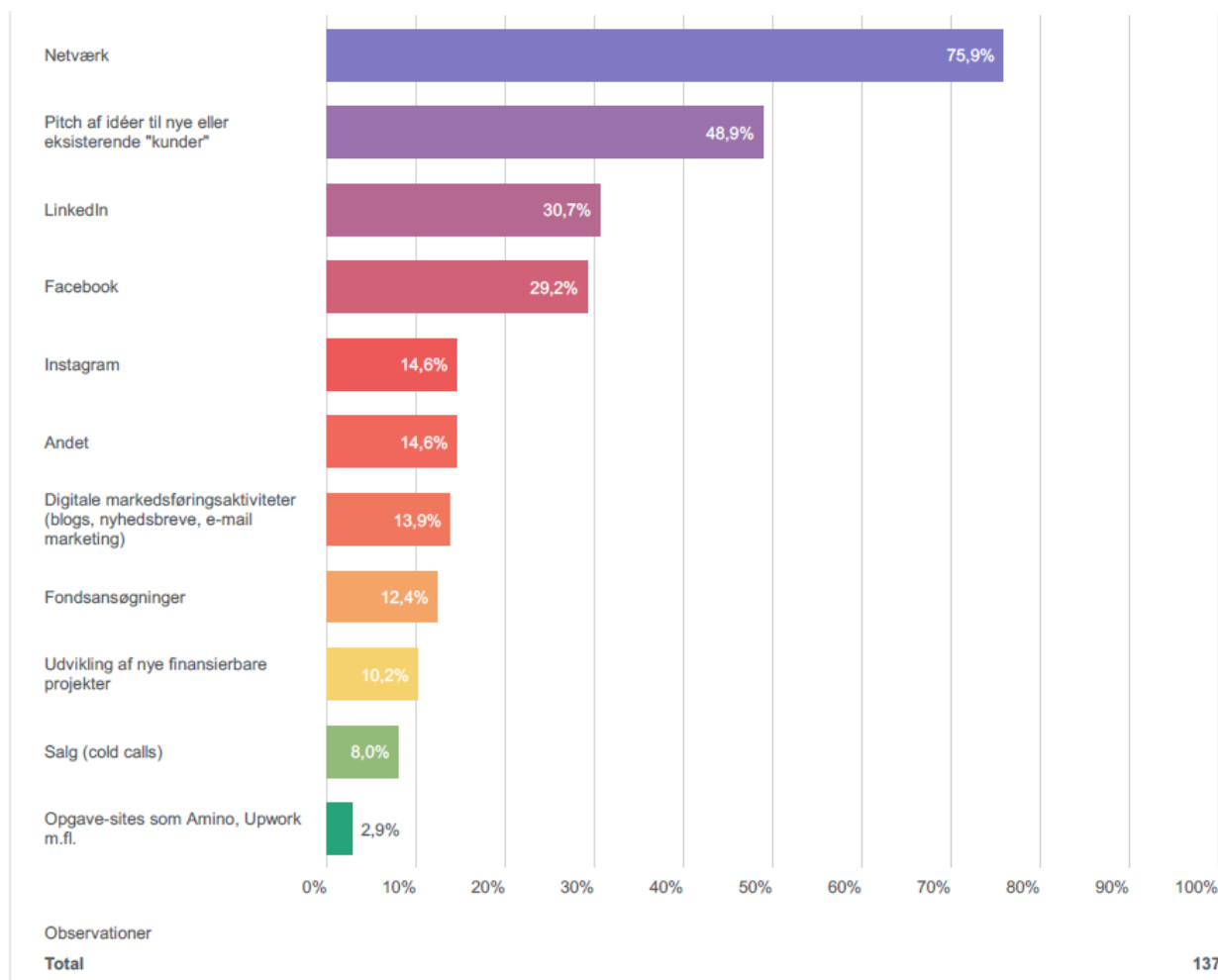
Hvor meget tid bruger du ca. per uge på at lande nye opgaver?



Løbende at få opgaver ind er i sagens natur en vigtig del af det at have en rentabel freelancer eller selvstændig gesjæft. Det er derfor en god tommelfingerregel for freelancere og selvstændige at afsætte tid af til salg ugentligt.

I det lys er det glædeligt, at 60,04 % af respondenterne bruger mellem 1 og 12 timer om ugen på at lande opgaver. 0,7 % svarer, at de bruger mere end 12 timer om ugen, mens 34,8 % ikke kan sætte tidsrum på. Sidstnævnte kan handle om, at salg er et kontinuerligt arbejde, som med tiden godt kan blive en naturlig del af ens mindset og rutine, ligesom det er nemmere at have en fornemmelse af tidsforbrug, når der fx er tale om *cold calls*, end når der er tale om det mere intuitive netværkssalg. Samtidig kan det være udmattende og tidkrævende at skulle sælge mange små eller mindre opgaver ind. Et mix af faste kunder/ faste aftaler og nye kunder/opgaver er hensigtsmæssigt. En klar overvægt af respondenterne synes imidlertid at have rammesat salg som en prioriteret opgave, der løbende skal arbejdes med på lige fod med de mere "produktive" opgaver.

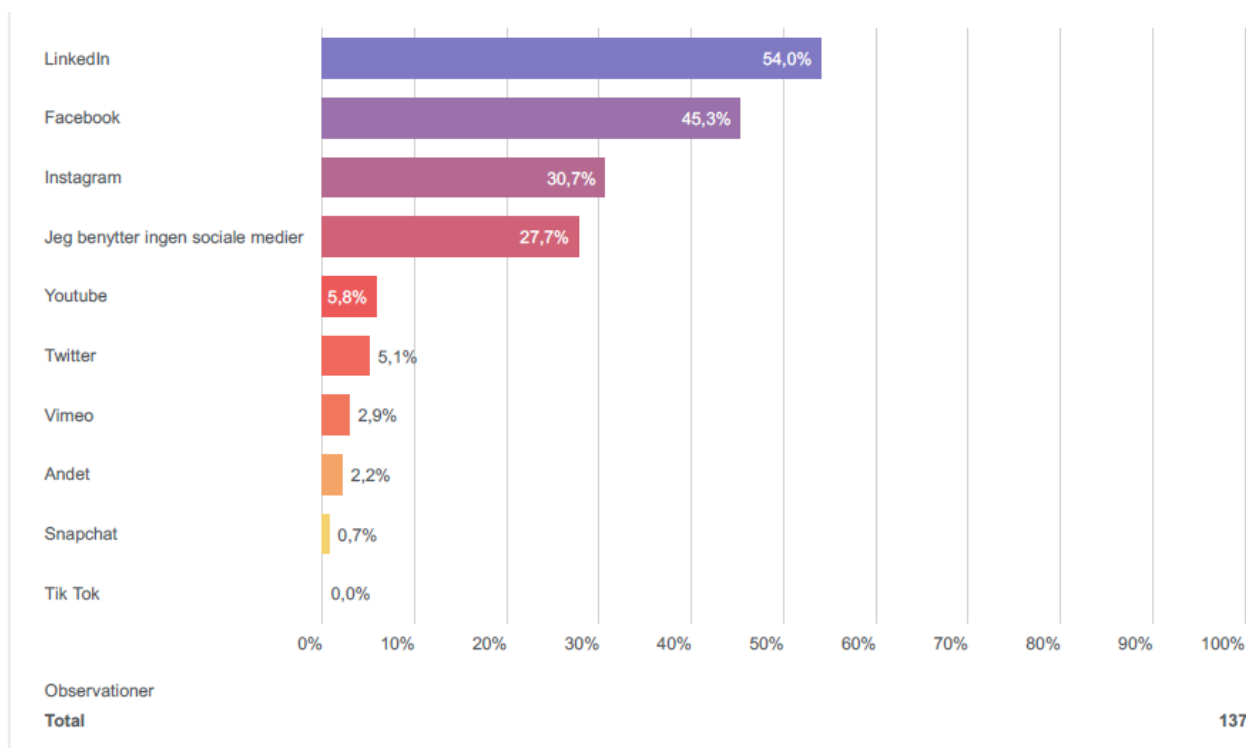
Hvilke(n) metode/metoder benytter du, når du skal lande nye opgaver?



Da vi tilbage i 2018 lavede en lignende analyse af freelancere og selvstændiges jobmarkeder toppede netværkssalg som metode til at lande nye opgaver. Dengang svarede hele 88,7 % at de benyttede netværkssalg. I vores 2021-22-analyse er dette tal faldet til 76,1 %. Til gengæld ser vi en stigning i benyttelsen af pitch som salgsmetode, ligesom hele 75,6 % benytter Facebook, LinkedIn og Instagram til *social selling*.

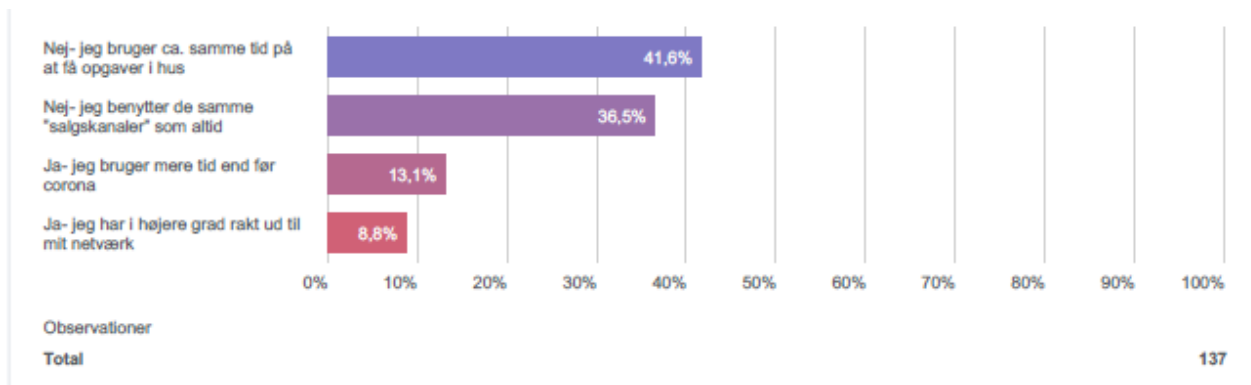
Til gengæld er der et markant fald i brugen af *cold calls*. I 2018 benyttede 19,3 % denne metode mens kun 8,2 % svarer at de benytter *cold calls* som salgsmetode i 2021.

Hvilke sociale medier benytter du til markedsføring og til at lande opgaver?



I forhold til vores undersøgelse fra 2018 er der en stigning i brugen af Facebook, LinkedIn og Instagram til markedsføring og til at lande opgaver. Denne stigning i brugen af *social selling* kan være en afledt effekt af corona, men det kan også tyde på, at stadig flere freelancere og selvstændige er bevidst om betydningen af sociale medier som kanal til positionering, dialog, markedsføring og synlighed overfor og med kunder.

Har coronakrisen haft betydning for, hvordan du lander opgaver, og hvor meget tid du bruger på det?



Coronakrisen har kun i begrænset omfang haft indflydelse på, hvor meget tid der bruges på at lande opgaver. Kun 13,1 % svarer, at de har brugt mere tid end før. I forhold til metoden har 8,8 % i højere grad har rakt ud til deres netværk. 36,5 % svarer, at de under coronakrisen har benyttet samme salgskanaler som før. Flere fremhæver onlineformatet, der under corona blev en nødvendighed har været en fordel i forhold til at kunne lave nye produkter målrettet dette format - eksempelvis online kurser.

Citater fra respondenter:

"Jeg har valgt at fortsætte med at markedsføre via SoMe, som giver mig flest kunder. Det tager tid, men fungerer bedst for mig. Jeg er til gengæld gået mere i en opsøgende måde på projekter og ting, der ikke kun er engangsoptrædender."

"Måske har jeg bare været heldig, men Covid har ikke haft den store indflydelse på min omsætning. Opgaverne har været der - men jeg er bestemt ikke blevet millionær - hverken før, under eller efter covid. Bedste penge er dog tjent ved engagement i stor corporate virksomhed."

"Der er færre opgaver, eftersom produktionen af tv faldt. Jeg har ikke ledt efter nye kunder, men bare accepteret mindre arbejde, fordi det passer med familiens situation"

"Jeg bruger ikke ret meget tid på at lande flere opgaver. De lander hos mig. Jeg markedsfører mig ganske lidt. Men reklamerer af og til med noget, jeg har produceret. Jeg får mine opgaver, fordi en kunde anbefaler mig til den næste, eller fordi jeg møder nye kunder i forbindelse med, at jeg løser en opgave, hvor de indgår. Under corona har jeg ringet til mine nuværende kunder og har forklaret, hvordan det har påvirket mig økonomisk. De har givet mig flere opgaver og/eller betalt mere og hurtigere. Jeg er meget taknemmelig."

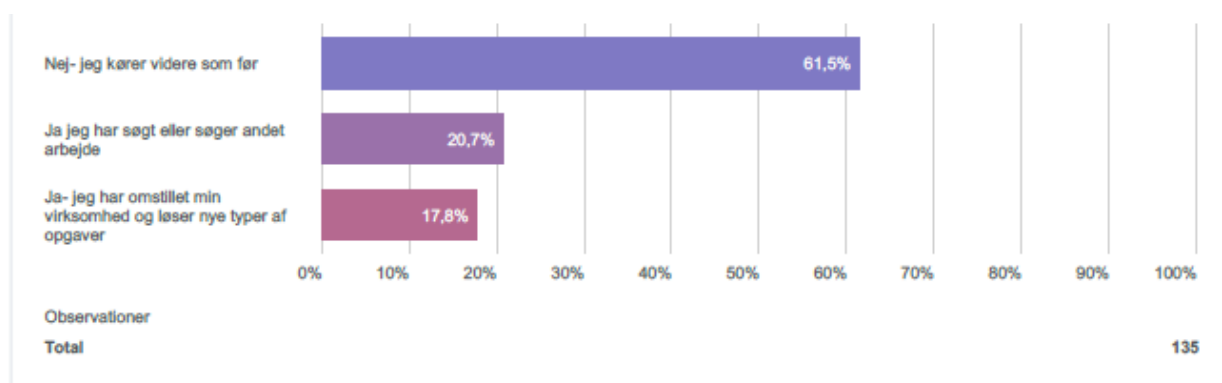
"Jeg bruger faktisk mindre tid nu. Jeg er mindre opsøgende, og fokuserer bare på at være synlig online."

"Det har ikke påvirket min business. Jeg arbejder og markedsfører som før Corona-krisen. Et par måneder før Corona besluttede jeg at stoppe for at have kunder på mit kontor - og klare alt online. Hvis corona-krisen har påvirket mit arbejde, har det udelukkende været positivt. Kunderne har lært under corona, at online møder og kurser ikke kun er en nødløsning, men i visse tilfælde ligefrem en fordel."

"Er begyndt at undervise online, og derigennem fået kunder igennem eksisterende netværk"

"Coronakrisen har gjort, at jeg i mere end et halvt år ikke har kunnet udføre de opgaver, jeg normalt har kunnet udføre. Da de opgaver samtidig er dem, som har været faste og givet mig en fast indtægt, har jeg stået uden fast indtægt i mere end 6 måneder. Det har ikke været sjovt. Og ingen hjælpepakker har været møntet på min situation eller kunnet hjælpe mig."

Har coronakrisen betydet, at du har måtte ændre eller udvide typen af opgave du løser for at tale til nye kundegrupper eller, at du har søgt eller søger andet arbejde?



Hele 61,5 % af vores respondenter svarer, at de kører videre som før, og således ikke har omstillet deres virksomhed eller søgt andet arbejde. Dette kan muligvis forklares ved at sammenholde disse data med data fra spørgsmålet om, hvorvidt coronakrisen har påvirket antallet af opgave/kunder, hvor 59,7 % svarer status quo, eller at de har fået flere opgaver og følgelig ikke har haft det store behov for at ændre eller udvide typen af opgaver eller søge andet arbejde.

Henholdsvis 20,7 % har søgt andet arbejde og 17,8 % har omstillet virksomheden og løser nye typer af opgaver. På godt og ondt har coronakrisen således for nogen skubbet til nogle processer, der har skabt en udvikling.

Citater fra respondenter:

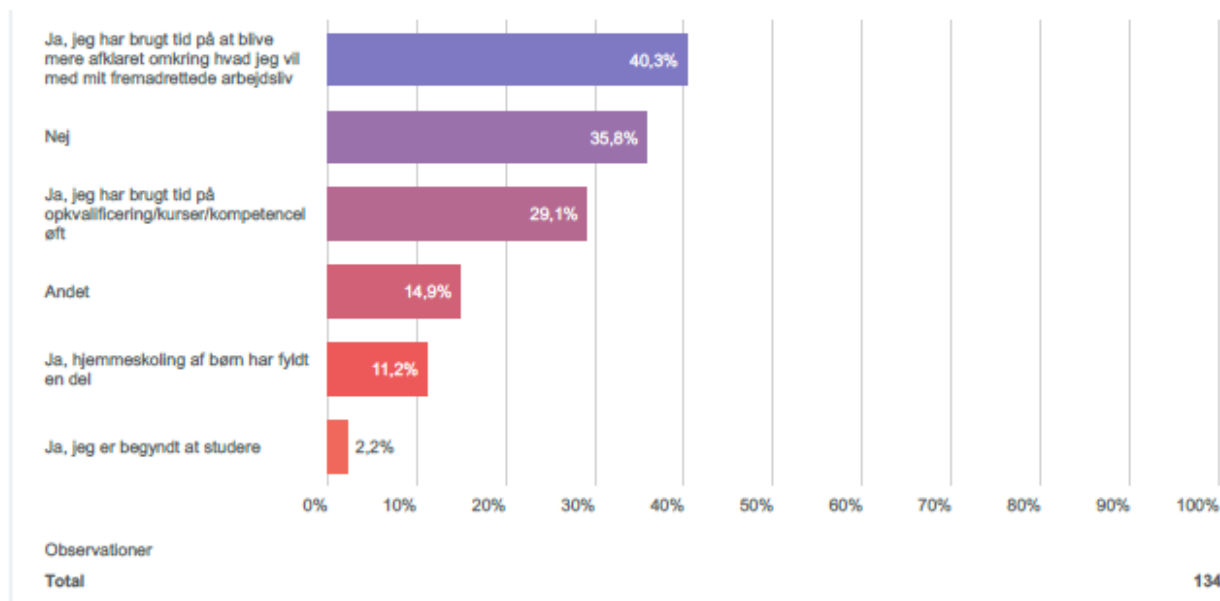
"Jeg havde i en periode på to måneder et dyk i omsætningen. Jeg satte gang i en newbizz indsats med at skrive til mine forbindelser, og fik nye kunder og lavede nye typer opgaver. Det endte med at blive sjovt og udviklende."

"Jeg har udviklet min forretning ved at lave nye (lønmodtager) rejseopgaver som guide i Danmark, idet det har været umuligt at lande opgaver inden for min sædvanlige ekspertise, der omfatter rejser i udlandet"

” Onlineaktiviteter, både undervisning og moderatorjobs er nye. Og så laver jeg langt flere podcasts for kunder nu end før Corona. Til gengæld skriver jeg ingen artikler for tiden.”

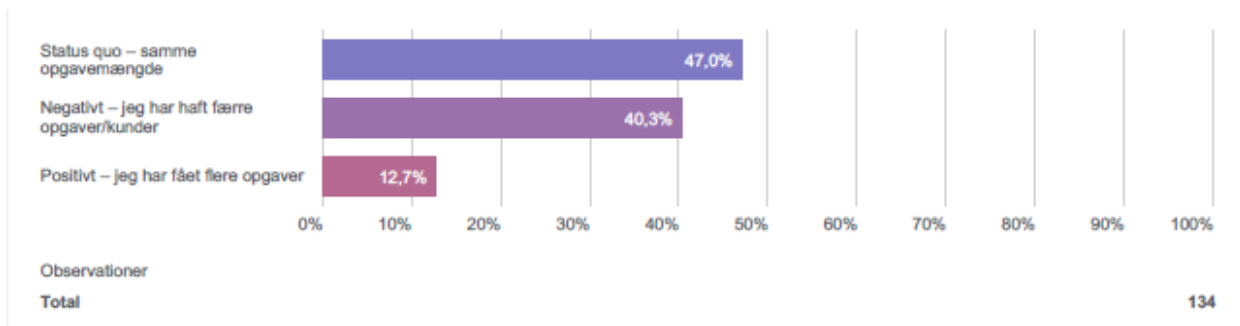
”Under corona har jeg omlagt til digital undervisning. Pt. er jeg i gang med podcastudvikling ligesom jeg skriver på bog og har opsøgt kunder, der vil betale mig for at blogge.”

Har coronakrisen medført, at du har fokuseret på andet end drift af din virksomhed som selvstændig, freelancer eller kombinator?



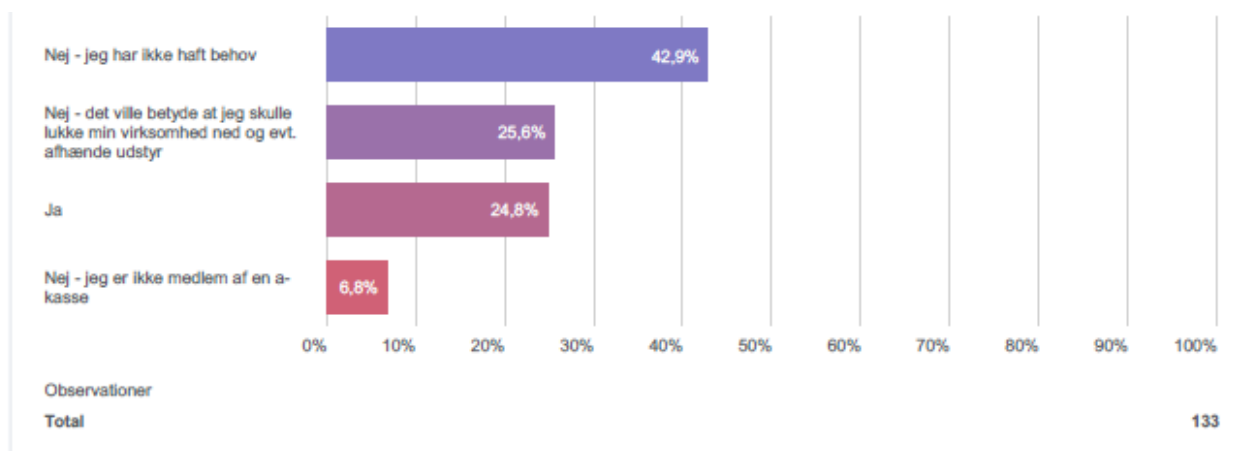
Coronakrisen og de omvæltninger og den usikkerhed, den medførte, har for 76,1 % af respondenterne givet anledning til at bruge mere tid på enten at blive mere afklaret omkring, hvad det fremadrettede arbejdsliv skal rumme, eller opkvalificering og kompetenceløft. Selvom det er på en trist baggrund, er det umiddelbart positivt at 29,1 % har brugt tid på opkvalificering/kurser/kompetenceløft - noget der for selvstændige og freelancere ofte skal betales af egen lomme og kan være svært at finde tid til ind imellem opgaveløsningen.

Hvordan har coronakrisen påvirket dit antal af opgaver/kunder?



På minus siden svarer 40,3 % af respondenterne, at coronakrisen har medført et fald i antal opgaver/kunder. På plussiden svarer 12,7 % at de har fået flere opgaver og lægges dette sammen med de 47 %, der svarer at opgave/kundemængden blev på status quo, er det 52,7 % af respondenterne, der ikke har været påvirket negativt af coronakrisen på opgave/kunde-niveau.

Har du på grund af corona været nødt til at melde dig på dagpenge?



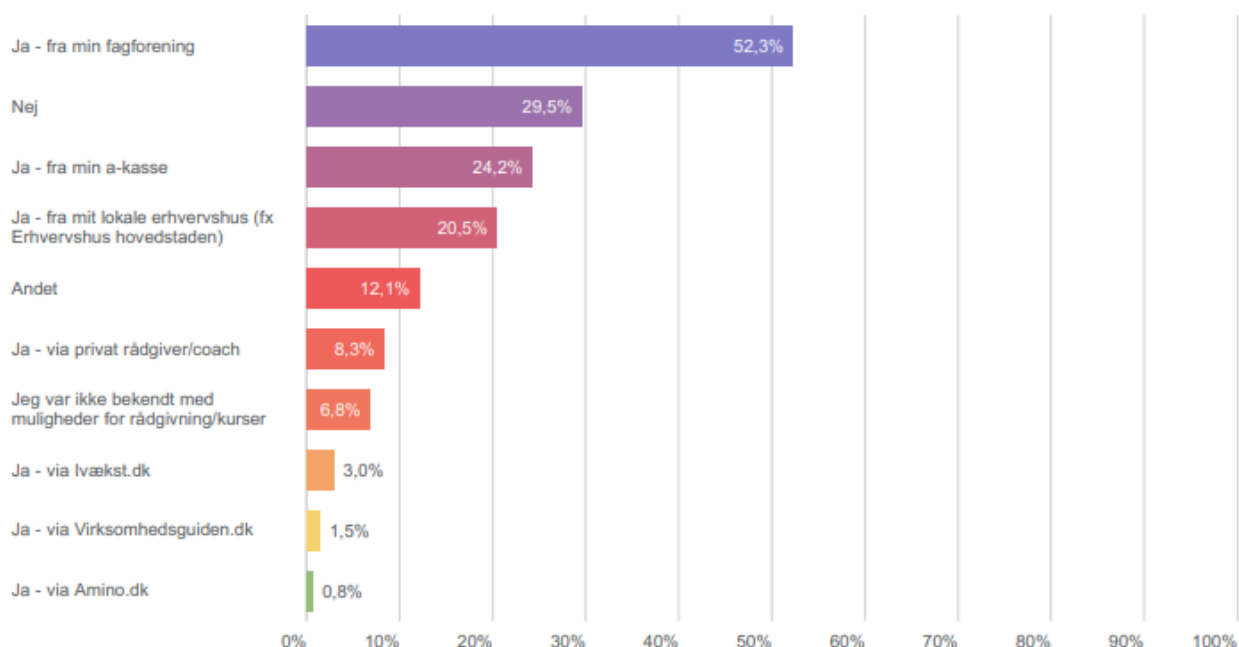
Corona har unægtelig haft en indvirkning på vores medlemmers job- og opgavemarkeder, og 24,8 % af respondenterne har været nødsaget til at melde sig på dagpenge. 25,6 % af respondenterne svarer, at de har afholdt sig fra at melde sig på dagpenge, da det ville medføre lukning af virksomhed og eventuel afhændelse af udstyr. Dette viser med al tydelighed, at der fortsat er behov for at påvirke politikerne til at skabe et mere smidigt dagpengesystem for alle dem, der har andre arbejdsformer end klassisk lønmodtager. Det er positivt at 42,9 % ikke har haft behov for at melde sig på dagpenge.

Citater fra respondenter:

"Som altid kunne man ønske sig en mulighed for supplerende dagpenge i kortere perioder med mindre opgaver. Jeg oplevede umiddelbart efter starten af coronakrisen, at der kom færre jobs ind, og at kunderne holdt pengene tættere til kroppen, men det er allerede vendt igen, og jeg er tilbage til normalen nu. Havde jeg lukket ned for at søge dagpenge i det ca. halve år, hvor det var svært, var jeg nok ikke kommet i gang med selvstændig virksomhed igen"

Vækst og rådgivning

Har du på noget tidspunkt benyttet dig af tilbud om rådgivning/kurser til iværksættere/freelancere/selvstændige?



Observationer

Total

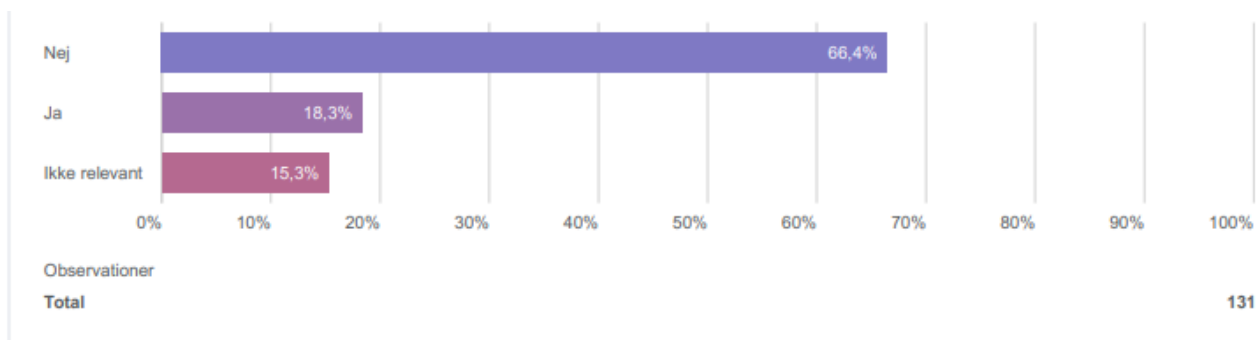
132

Det er positivt, at et overvældende flertal af respondenterne har benyttet sig af muligheden for rådgivning og kurser. Det at få andres blik på ens forretning, få fagligsparring, nye redskaber eller viden om nye markeder kan være en *game changer* – som minimum i hvert fald en perspektivering og kvalificering af det man arbejder med.

At så mange har benyttet sig af tilbud om rådgivning og kurser kan også tolkes som et udtryk for, at man som freelancer og selvstændig ofte er et *one man band* og ikke har samme mulighed for kollegial faglig sparring og input, som fx hvis man var ansat i en kommunikationsafdeling.

Vækst og rådgivning

Har du ambitioner om, at din virksomhed som selvstændig, freelancer eller dit eventuelle kooperativ skal vækste og ansætte?



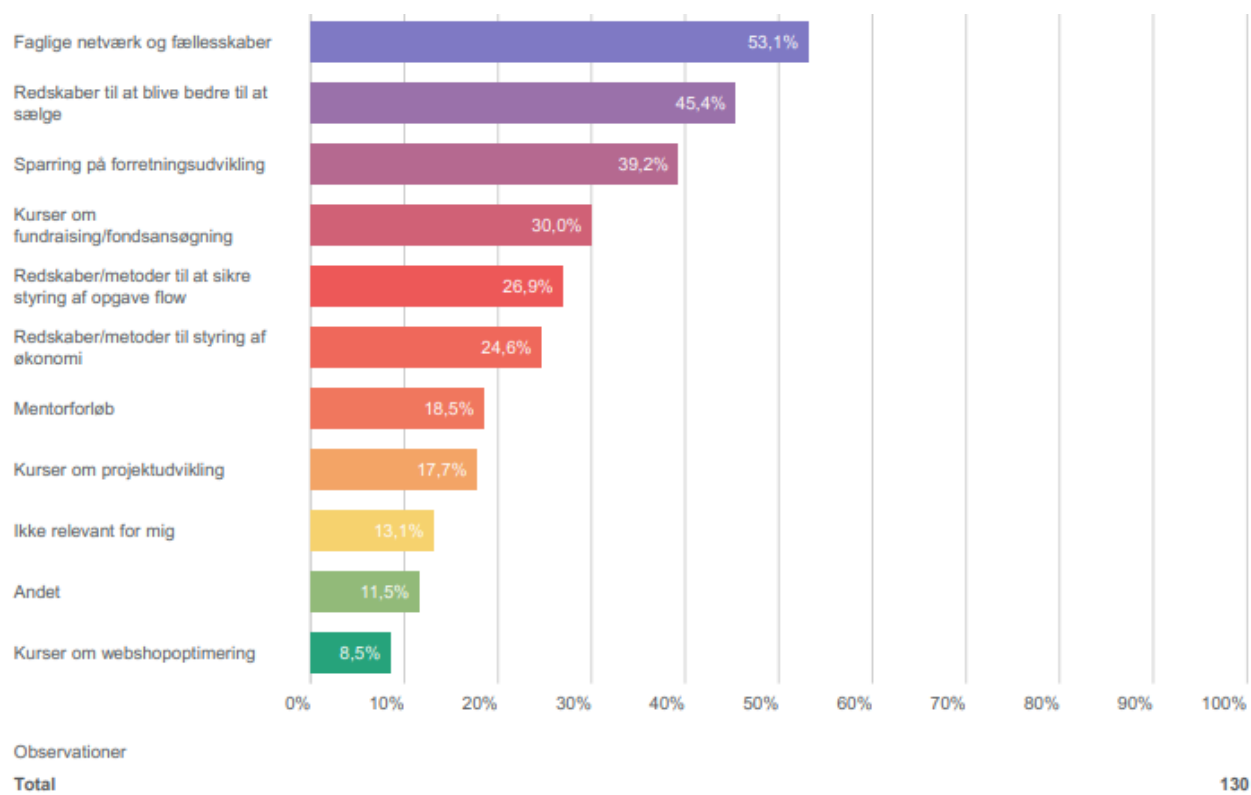
Hele 66,4 % af respondenterne svarer nej til ovenstående spørgsmål. Dette kan dels tolkes som et udtryk for at flertallet vurderer, at deres "virksomhed" kører på et tilfredsstillende niveau, dels som et udtryk for at mange ikke ønsker det administrative ekstra arbejde, der ligger i at skulle ansætte. Endelig kan det tolkes som et udtryk for, at mange af respondenterne vælger livet som freelancere og selvstændige for at kunne lave lige netop det, der fagligt interesserer dem - og nyder den frihed, der ligger i at være "sin egen chef", mere end at skabe en stor vækstvirksomhed.

Citater fra respondenter:

"I spørger til vækst og angiver, at det kan ske ved at ansætte. Jeg opfatter ordet vækst meget bredere især som freelancer. Vækst som soloselvstændig kan være at udvikle faste samarbejder, vækste i omsætning, vækste i internationale samarbejder, vækste ved at have underleverandører. I nævner ordet kooperativ, men jeg tænker, at ikke alle forbinder kooperativ med at vækste med partnere/underleverandører. Det er også lidt sjovt, at I nævner at ansætte, når det er så stor en diskussion i forbundet, om man som medlem kan have arbejdsgiverkompetence."

Vækst og rådgivning

Hvilken sparring har du behov for, for at udvikle din forretning?



Som spørgsmålet om hvorvidt respondenterne har benyttet sig af rådgivning/kurser viste, så er der et tydeligt behov for eller ønske om sparring. Ovenstående spørgsmål og svar giver et indblik i, hvad der efterspørges, når det kommer til sparring med henblik på at udvikle forretningen.

Hele 53,1 % tilkendegiver, at de har behov for faglige netværk og fællesskaber. 45,4 % ønsker at blive bedre til at sælge - et billede vi kan genkende i AJKS, når vi rådgiver freelancere og selvstændige.

Perspektiver og learnings

Med afsæt i ovenstående vil vi nedenfor pege på nogle tendenser og dilemmaer, der tegner tilværelsen for freelancere, selvstændige og kombinatører. Herunder vores påbud på nogle overskrifter og opsummeringer tilføjet egen perspektivering.

Selvvalgt 'Bohemeliv' eller det nye prekariat

Man kan indvende, at økonomi vs. frihed udgør klassiske poler i arbejdslivets regi. Ud fra en antagelse af, at der i mere kommercielle brancher kan være en forståelse af, at økonomi ses som midlet til at opnå frihed, så peger vores undersøgelse på en tendens: flere respondenter har valgt tilværelsen som freelancer/selvstændig/kombinatør som del af en markedspræmis – eller drevet af et ønske om en faglig frihed - undertiden også på bekostning af en stabil økonomi. Mere skarpt formuleret: implicit er der en tendens, der peger i retning af, at fag- og arbejdsidentiteten i at være freelancer/selvstændig/kombinatør vægter højt, og for en del også højere end økonomi, herunder vækst af forretning og indtjening.

Det understøttes af, at det 'kun' er 18,3 % der har *"... ambitioner om, at virksomhed som selvstændig, freelancer skal vækste og/eller ansætte"* – forholdt til, at ca. 50 % oplever, at egen genereret indtægt er utilstrækkelig for at 'leve økonomisk tilfredsstillende'.

Vi er bekendt med, at nogle af respondenternes opgavemarkeder er præget af pressede priser og typisk begrænses af 'salg af timer' vs. skalering af forretning. I den forstand lever flere freelancere/selvstændige/kombinatører også med risici for at blive del af "det nye prekariat". Med andre ord: at dårlige indtjeningsvilkår udmønter sig i flere – og ikke nødvendigvis særligt attraktive – jobs.

Set fra et økonomisk perspektiv kan man mene, at der ud fra besvarelsene at dømme er plads til mere forretningsfokus og – udvikling. Om det ift. Work-Life balance så bliver kompenseret i et selvvalgt 'Bohemeliv' med højere grad af passion, fagligt engagement og arbejdsidentitet er sværere helt at sige noget om.

Corona – intet er så galt...

Det er selvfølgelig også oplagt at forholde undersøgelsen til coronapandemien, og hvad det har haft af påvirkning på opgaver og marked. Konkret kan vi se at 11 % svarer, at hjælpepakker har været afgørende for, at de har været i stand til at overleve med deres forretninger, så ingen tvivl om at det har været en svær tid for nogle freelancere/selvstændige og kombinatører.

Perspektiver og learnings

Sammen med supplerende dagpenge hjælper coronapakker ca. 50 % af respondenterne økonomisk i mål. Her skal nævnes, at supplerende dagpenge kun er tilgængeligt for den gruppe, der har valgt at være del af en a-kasse – og desværre bliver dagpengesystem for flere (9,7 %) oplevet for besværligt eller decideret ikke som en mulighed. Der er dagpenge muligheder for freelancere, selvstændige og kombinatører – så her ligger der en vigtig oplysningsopgave for a-kasser.

Corona har omvendt også haft en 'positiv' indvirkning, viser flere fritekstsvar, da pandemien har medvirket til, at 17,8 % freelancere/selvstændige/kombinatører har udviklet deres forretning med nye produkter – typisk af digital karakter. De har derigennem har fastholdt, og nogle endda vækstet, forretning.

Sparringsbehov - fællesskab før forretning

At undersøgelsens respondenter bevæger sig i nogle prispressede markeder, kan være en forklaring på, at det kan være svært at sikre sig en 'tilfredsstillende indtægt'. Det sagt, så kan man pege på, at der er et "forretningsmæssigt udviklingsrum" – hvilket respondenterne også selv peger på, når man kigger på de tre mest efterspurgte sparringsbehov – især udmøntet i 2 og 3:

Mest efterspurgte sparringsbehov:

1. faglige netværk og fællesskaber (53,1 %)
2. Redskaber til at blive bedre til at sælge (45,4 %)
3. Sparring på forretningsudvikling (39,2 %)

Social selling, digitale produkter og SMV virksomheder

I forhold til vores undersøgelse fra 2018 er der en stigning i brugen af Facebook, LinkedIn og Instagram til markedsføring og til at lande opgaver. Totalt benytter 75,6 % sig af Social Selling og omfanget kan være en afledt effekt af corona, men det kan også tyde på at stadig flere freelancere og selvstændige er bevidst om betydningen af sociale medier som kanal til positionering, markedsføring og synlighed overfor og dialog med kunder.

Perspektiver og learnings

Siden tilsvarende 2018 undersøgelse har der været en stigning fra ca. 10 % til 16,7 % i dag i antallet af respondenter, der svarer, at de løser videoopgaver (16,7 %). Meget tyder på, at video som del af digitalt indhold, er et felt, der vil være i fortsat vækst og som dermed rummer potentiale for flere opgaver for vores respondenter med tilsvarende kompetencer.

SMV'erne udgør mere end 50 % af opgavemarkedet og de udgør et jobmarked, der med fordel kan fokuseres yderligere på, hvis man er freelancer/selvstændig. Der er tæt på 300.000 SMV'er i dk (290.483 i 2019) og næsten én million fuldtidsansatte – et tal, der har været i stigning.

Tak for hjælpen!

Fra AJKS, DJ og Freelancegruppen i DJ skal der lyde et stort tak til alle jer, der har taget jer tid til at deltage i denne undersøgelse, delt jeres viden, tanker, bekymringer og erfaringer – og tak till dig for at læse med.

AJKS