ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Berthold, Norbert; Kullas, Matthias; Neumann, Michael

Working Paper

Wie motiviert man Unternehmertum in Deutschland?

Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge, No. 99

Provided in Cooperation with:
Chair of Economic Order and Social Policy, Julius Maximilian University of Würzburg

Suggested Citation: Berthold, Norbert; Kullas, Matthias; Neumann, Michael (2007) : Wie motiviert man Unternehmertum in Deutschland?, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge, No. 99, Bayerische Julius-Maximilians-Universität Würzburg, Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, insbes. Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Würzburg

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/22339

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Bayerische Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

Wie motiviert man Unternehmertum in Deutschland?

Norbert Berthold
Matthias Kullas
Michael Neumann

Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge
des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre,
insbes. Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik
Prof. Dr. Norbert Berthold

Nr. 99

2007

Sanderring 2 • D-97070 Würzburg

Wie motiviert man Unternehmertum in Deutschland?

Norbert Berthold

Matthias Kullas

Michael Neumann

Bayerische Julius-Maximilians-Universität Würzburg

Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, insbes. Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik

Sanderring 2

D-97070 Würzburg

Tel.: 0931-312925

Fax: 0931-312774

Email:

norbert.berthold@uni-wuerzburg.de
matthias.kullas@uni-wuerzburg.de
michael.neumann@uni-wuerzburg.de

Warum Deutschland mehr Unternehmer braucht…

Dynamisches, innovatives Unternehmertum gilt als eine Quelle des Wachstums[1]. Unternehmer zu fördern wird daher wirtschaftspolitisch als ein effektives Mittel zur Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Steigerung gesamtwirtschaftlicher Wachstumsraten und zur Bekämpfung von Armut angesehen. Im Fokus stehen dabei insbesondere die innovativen klein- und mittelständischen Unternehmen. Verhilft man ihnen zu rapidem Wachstum, soll dies die gesamte Wirtschaft eines Staates spürbar beleben.

Die Empirie hierzu ist indes nicht ganz eindeutig. Man findet zwar einen Zusammenhang zwischen unternehmerischen Aktivitäten und staatlichen Wachstumsraten, die Korrelation ist indes nicht immer positiv: Gerade für Entwicklungsländer scheint weniger Unternehmertum sogar zu höherem Wachstum zu führen[2]. Eine einleuchtende Begründung hierfür ist schnell gefunden. Eine hohe Selbständigenquote muss keinesfalls mit innovativem Entrepreneurship einhergehen. Sie kann auch klares Zeichen eines Entwicklungsrückstandes sein, infolge dessen Transaktionen am Markt durchgeführt werden, die in anderen Ländern längst aus Kostenerwägungen innerhalb eines Unternehmens vorzufinden sind. So muss man beim internationalen Vergleich von Zahlen zum Unternehmertum Vorsicht walten lassen.

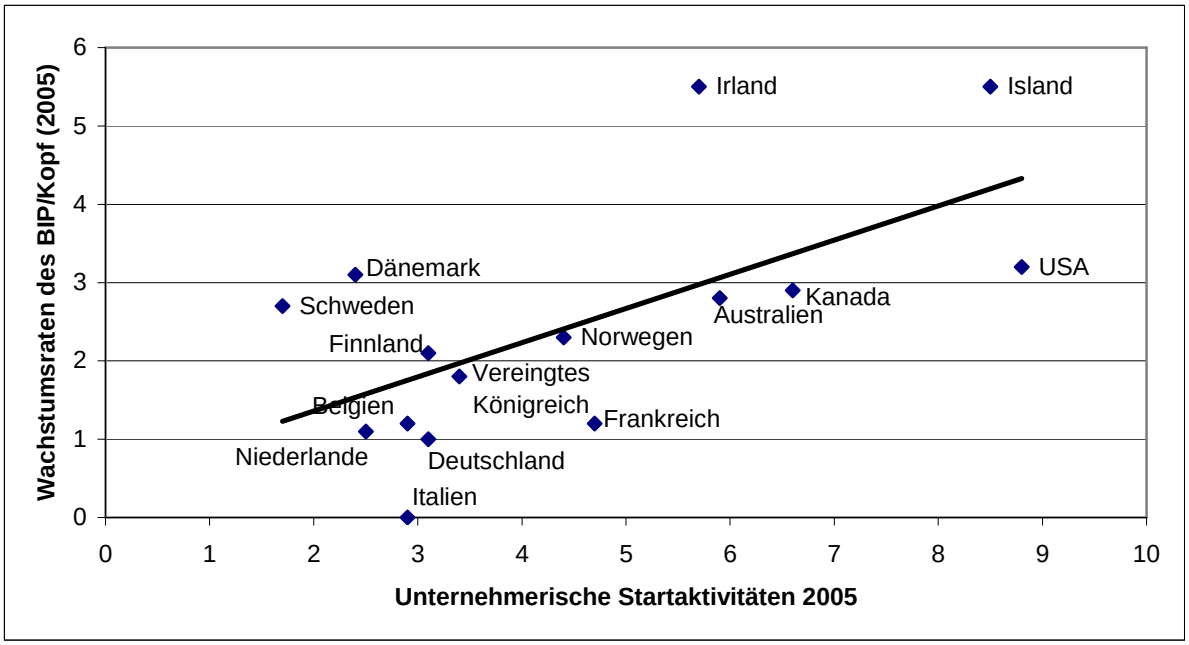
Vergleicht man die Industrienationen untereinander, so ist der Zusammenhang zwischen Unternehmertum und Wachstum denn auch deutlich positiv (vgl. Abb. 1). Insbesondere Island und Irland, aber auch die USA, Kanada und Australien profitieren von ihrer hohen unternehmerischen Gründeraktivität. Deutschland hingegen weist hier sehr niedrige Werte auf – ähnlich wie die übrigen kontinentaleuropäischen Staaten Belgien, die Niederlande und Italien. In diesen Staaten ist auch das Wachstum der Gesamtwirtschaft niedrig. Es liegt auf der Hand: Deutschland kann eine Förderung seiner unternehmerischen Aktivitäten gebrauchen. Im Vergleich zu anderen Industrienationen hinkt es hinterher. Es geht jedoch nicht um eine bloße Erhöhung der Selbständigenquote – es geht vielmehr um die Förderung von dynamischem Unternehmertum.

Will man solch dynamisches Unternehmertum fördern, kann man dies entlang zweier Dimensionen erreichen. Zum einen kann man zusätzliche Personen in die Selbständigkeit führen,

[1] D. Audretsch und M. Fritsch (2003): Linking Entrepreneurship to Growth: The Case of West Germany, Industry and Innovation, Vol. 10 (2003), Nr. 1, S.65-73.
[2] Vgl. A. Van Stel, M. Carree und R. Thurik: The effect of entrepreneurship on national economic growth: an analysis using GEM database, 2004.

also die Anzahl der Unternehmer erhöhen. Zum anderen kann man bestehende Unternehmen fördern, welche die gewünschte Dynamik zeigen, d.h. die in Zukunft hohe Wachstumsraten versprechen. Beide Arten der Förderung gehen in ihren Wirkungen miteinander einher: Fördert man Neugründungen in wachstumsstarken Bereichen, werden sich dort mehr Personen am Markt ausprobieren. Selbst wenn von diesen zusätzlich in die Selbständigkeit geführten Unternehmern prozentual weniger Erfolg zu erwarten ist, kann man hier doch insgesamt eine Steigerung der Zahl der erfolgreichen Selbständigen erwarten. Bei der zweiten Art der Förderung wiederum ist die Unterstützung nach der erfolgreichen Gründung möglicherweise ein zusätzlicher Anreiz, sich selbständig zu machen.

Abbildung 1: Unternehmerische Gründungsaktivitäten und Wirtschaftswachstum



Quelle: Eigene Darstellung[3]

Welche Funktionen diese Unternehmer übernehmen sollten…

Unternehmer sind unabkömmlich für das Funktionieren einer Marktwirtschaft. In der mikroökonomischen Theorie wird der Unternehmer einfach als vorhanden angenommen – er bildet das Gegenstück zum Haushalt. In der Unternehmenstheorie kombiniert er Faktoren zu Produkten innerhalb einer gegebenen Produktionsfunktion. Doch dies ist nicht seine einzige Aufgabe. Folgende Funktionen übernehmen Unternehmer am Markt:

[3] Die Daten basieren auf dem Global Entrepreneurship Monitor von M. Minniti et al. (2005) sowie der online-Datenbasis der Weltbank (www.worldbank.org).

- Unternehmer kombinieren Produktionsfaktoren und verwandeln sie in Produkte. Bereits J.B. Say hat dies dem Unternehmer als zentrale Aufgabe zuerkannt[4]. Darüber hinaus sieht Say den Unternehmer als einen Vermittler zwischen den verschiedenen Produktionsfaktoren sowie als Bindeglied zwischen Güterangebot und –nachfrage. Ihm fällt es zu, die Bedürfnisse der Konsumenten einzuschätzen und Wege zu finden, diese zu erfüllen.[5]
- Unternehmer unterliegen dabei der Unsicherheit, am Markt nicht ausreichend Abnehmer für ihr Angebot zu finden. Dies ist ihr unternehmerisches Risiko.
- Unternehmer sind für den innovativen Fortschritt der Volkswirtschaft zuständig. Unternehmer sind Innovatoren, deren Aufgabe darin besteht, neue Produkt- oder Prozessvarianten durchzusetzen und somit dem Markt aus seinem statischen Gleichgewicht zu bringen. Unternehmer entwickeln neue Produkte, führen bessere Produktionsverfahren ein, öffnen neue Märkte, erschließen neue Ressourcen und organisieren ganze Branchen neu.
- Letztlich heiß „unternehmen“ aber auch wachsen. Das Wachstumsziel charakterisiert den Unternehmer daher ebenso wie die vorigen Attribute. Sein Ziel muss sein, langfristig mehr Produktionsfaktoren zu beschäftigen, um mehr und bessere Produkte anbieten zu können. „Unternehmen“ beinhaltet nicht nur, „etwas“ in die eigene Hand zu nehmen, sondern möglichst auch viel davon.

Es reicht damit nicht aus, wenn die Wirtschaftspolitik einer Volkswirtschaft bloß die Erhöhung der Selbständigenquote fördert. Ein Selbständiger, der vor allem aufgrund staatlicher Fördermittel in die Selbständigkeit gelenkt wurde, wird nur in geringem Maße von anderen Wirtschaftsteilnehmern gestellte Produktionsfaktoren in seinen Produktionsprozess einfließen lassen können und wollen. Als Scheinselbständiger benötigt er sogar nur seine eigenen Ressourcen – Kreditaufnahme oder die Anwerbung von Arbeitskräften entfällt völlig. Unternehmerisches Risiko scheut er, Wachstum ist nicht sein Ziel. „Schöpferische Zerstörung“ im Sinne Schumpeters[6] wird kaum von ihm ausgehen. Damit wird deutlich, dass Selbständige nicht unbedingt Unternehmer sind – zwar mag die Selbständigenquote ein Indiz für Unternehmertum in einer Volkswirtschaft sein, aber auch nicht mehr. Will ein Staat Unternehmertum för-

[4] Vgl. J.B. Say: A Treatise on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth, New York, 1880, sowie J.B. Say: Catechism of Political Economy, New York, 1821.
[5] Vgl. G. Koolman: Say’s Conception of the Role of the Entrepreneur, in: Ecomonica, Vol. 38 (1971), Issue 151, S.269-286.
[6] A. Schumpeter: The Creative Response in Economic History, Journal of Economic History, 1947, 7, S.149-159.

dern, um damit geringere Arbeitslosigkeit und höheres Wachstum zu erzielen, darf er sich nicht an der Selbständigenquote orientieren. Subventionen, Anschubhilfen oder die Finanzierung von „Ich-AGs“ machen nur Sinn, wenn auch die richtigen Unternehmertypen damit begünstigt werden. Dies aber ist sehr zweifelhaft.

Wie man Unternehmertum fördern kann…

Doch wie kann man dann den gewünschten Unternehmertypen motivieren? Unternehmertum ist nicht bloß das Resultat der Entscheidungen einiger weniger Personen. Der Unternehmer sieht sich in einem komplexen Umfeld von Marktdaten und staatlichen Rahmenbedingungen, die mit seinen eigenen Wünschen und Vorstellungen interagieren (vgl. Abb. 2). Die entstehenden Motivatoren und Demotivatoren lassen sich in drei Kategorien einteilen, die Individuen der gewünschten Charakteristik dazu anhalten bzw. davon abhalten, sich selbständig zu machen.

- Erstens: Der Unternehmer will nicht.

Generell handelt es sich bei einer Person zwar um einen Unternehmertypen, aber die von der Gesellschaft zuerkannte Entlohnung für Unternehmertum ist ihm zu gering. Hier spielt die Höhe seines Unternehmereinkommens, aber auch die gesellschaftliche Anerkennung für seine Leistungen eine Rolle. Auch kann das Ausleben anderer Bedürfnisse, die er eigentlich durch Unternehmertum erfüllen könnte, durch Gesetze oder gesellschaftliche Ächtung eingeschränkt sein. Als Beispiel lässt sich die Möglichkeit der Selbstverwirklichung nennen – werden für ihn relevante Aspekte der Selbstverwirklichung durch Gesetze eingeschränkt, demotiviert dies den potenziellen Unternehmer. Zur Wachstumsförderung ist also dafür Sorge zu tragen, dass potenzielle Unternehmer unternehmen wollen.

- Zweitens: Der Unternehmer kann nicht.

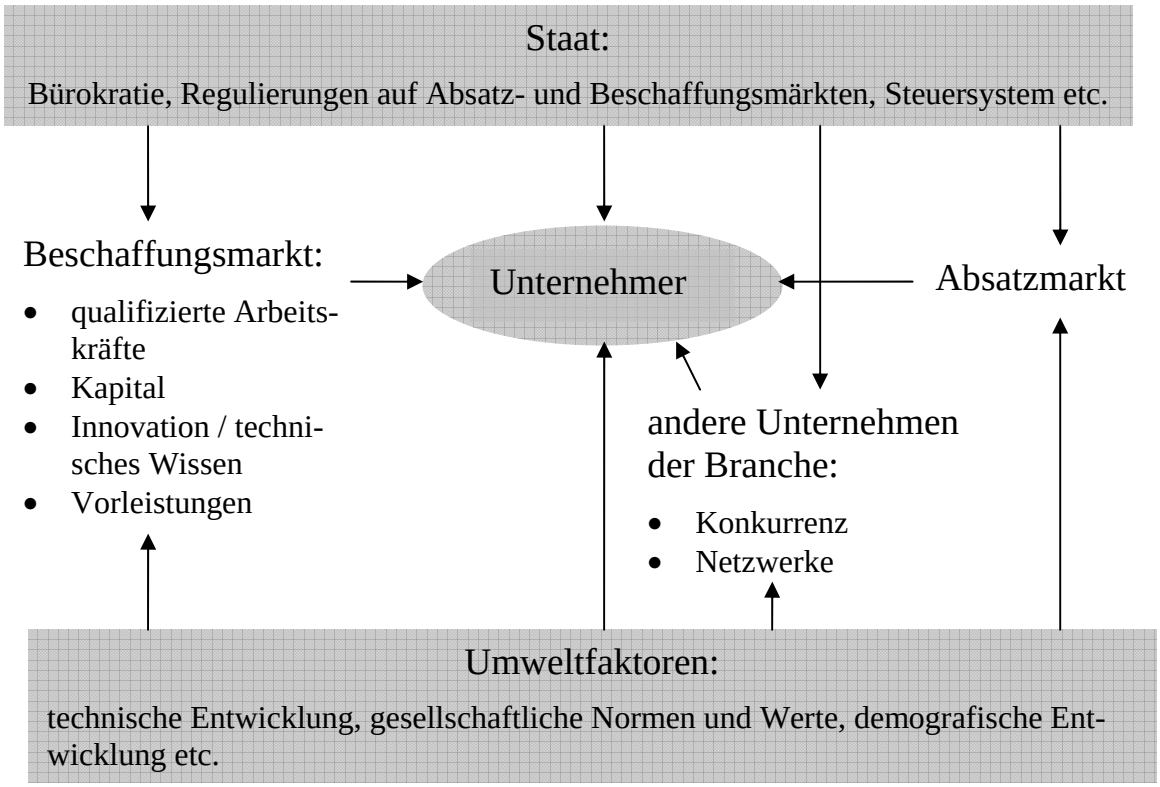
Für eine große Anzahl an Gütern ist die Produktion in Deutschland zu teuer. Deutschland ist ein Land mit vergleichsweise hoher Ausstattung an Kapital und Humankapital. Die Produktion arbeitsintensiver Güter steht daher unter erheblicher Konkurrenz. Wer sich selbständig macht, der setzt dazu zumeist sein branchenspezifisches Humankapital ein, um Angebote zu entwickeln, die bestimmte Marktlücken ausfüllen. Ist dieses Humankapital jedoch in einem Sektor angelegt, der ob harter Konkurrenz und Strukturwandel stark umkämpft ist, so macht Selbständigkeit in einem solchen (z.B. arbeitsintensiven) Sektor vergleichsweise wenig Sinn.

Unternehmertum wird vor allem in Bereichen entstehen, wo die Marktsituation dies zulässt. Allerdings kann man diese Marktsituation auch beeinflussen. Ein höheres Bildungsniveau der Arbeitskräfte, eine Verringerung des Fachkräftemangels, ein besserer Zugang zum Kapitalmarkt sowie eine moderate Lohnpolitik lassen die Preise der Inputfaktoren sinken. Das bewirkt, dass selbst auf global umkämpften Märkten Marktzutritte möglich werden. Damit ist auch dafür Sorge zu tragen, dass Unternehmer wieder unternehmen können.

- Drittens: Man lässt den Unternehmer nicht.

Man muss den Unternehmer letztlich aber auch unternehmen lassen. Staatliche Verbote von Unternehmertum existieren in Deutschland zwar nicht, doch kann eine große Flut an Regulierungsbestimmungen auf den Unternehmer ähnlich wirken. Sie kann ihn daran hindern, seine Zeit und seine Mittel auf seine unternehmerische Kerntätigkeit zu konzentrieren. Dies ist eine Frage staatlicher Normen und Gesetze. Der Staat muss hier liberal genug agieren, um den Unternehmer auch unternehmen zu lassen.

Abbildung 2: Der Unternehmer und seine Umwelt



Quelle: Eigene Darstellung[7]

[7] Vgl. auch N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

Um in Erfahrung zu bringen, wie und in welcher Stärke sich welche Motivatoren und Demotivatoren auf den Unternehmer auswirken, wurden die Unternehmer des deutschen Maschinen- und Anlagenbaus befragt[8]. Im Sommer 2006 wurde an die 2761 Mitgliedsunternehmen des VDMA ein Fragebogen zu „Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im Maschinen- und Anlagenbau“ verschickt. 421 Unternehmen sendeten den Fragebogen bis Ende Juli 2006 ausgefüllt zurück, dies entspricht einer Rücklaufquote von 15,25%. Hierbei wurden die einzelnen Motivatoren und Demotivatoren von den Unternehmern evaluiert. Durch Standardisierung ergaben sich so Indexwerte, mit denen man die Ergebnisse für den Durchschnittsunternehmer vergleichen kann. Da verschiedene Merkmale der befragten Unternehmer ebenfalls ermittelt wurden, ließen sich zudem aber auch Abweichungen vom Durchschnitt für bestimmte Gruppen, z.B. für besonders wachstumsstarke Unternehmen, für managergeführte Unternehmen, für Gründer oder für weibliche Unternehmer, ermitteln. Der deutsche Maschinen- und Anlagenbau eignet sich vergleichsweise gut für eine solche Umfrage, handelt es sich hier doch überwiegend um genau jene klein- und mittelständischen Unternehmen, in denen man von ihren Marktbedingungen her innovative Ideen und weitere Wachstumsdynamik – also wirkliches Unternehmertum und nicht bloß Selbständigkeit – vermuten darf.

Die Unternehmen müssen unternehmen wollen…

Zunächst einmal sind individuelle Charakteristika entscheidend für Unternehmertum. Diese bestimmen, inwiefern die äußeren Bedingungen subjektiv aufgenommen und bewertet werden. Jedes Individuum muss für sich die Entscheidung treffen, inwiefern seine Ziele, die es mit der Ausübung einer Unternehmertätigkeit verbindet, unter den gegebenen Bedingungen erreicht werden können oder verfehlt werden.

Sicherlich kann man einige personengebundene Merkmale, die mit der Entscheidung zum Unternehmertum korrelieren, direkt beobachten. So zeigen Männer eine höhere Wahrscheinlichkeit zu einer selbständigen Tätigkeit als Frauen[9]. Unternehmer sind normalerweise das erstgeborene Kind[10]. Wenn ein Individuum in einem sozialen Umfeld lebt, in dem es viele Selbständige gibt, ist die Wahrscheinlichkeit, dass er den Schritt in die Selbständigkeit wagt,

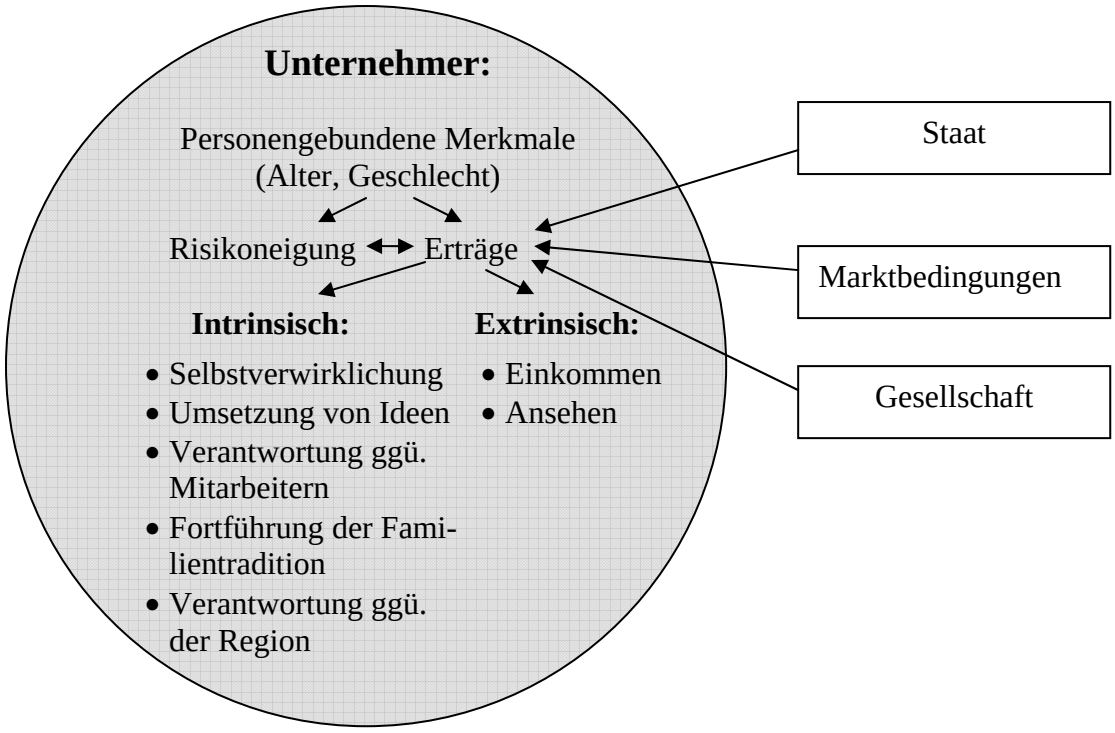
[8] Vgl. N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

[9] Vgl. R. Thurik und I. Grilo: Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US, Max-Planck-Gesellschaft Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, 2005, Nr. 2505.

[10] Vgl. R, Hébert und A. Link: In Search of the Meaning of Entrepreneurship, in: Small Business Economics, 1989, Vol. 1, S.39-49.

vergleichsweise hoch[11]. Doch dies sind Merkmale, die kaum wirtschaftspolitische Handlungsempfehlungen nahelegen. Die meisten relevanten Charakteristika lassen sich nicht direkt beobachten. Es handelt sich vielmehr um diverse Motive oder Zielsetzungen, zu deren Erreichung sich Unternehmertum als möglicher Weg anbietet. Hier kann man lediglich am Ergebnis einer Motivationsbefragung erkennen, was den Unternehmer kennzeichnet bzw. antreibt. Abbildung 3 zeigt mögliche Motive und veranschaulicht zudem, dass die externen Bedingungen beeinflussen, inwieweit ein Ziel erreicht werden kann.

Abbildung 3: Die Motivation des Unternehmers



Quelle: Eigene Darstellung[12]

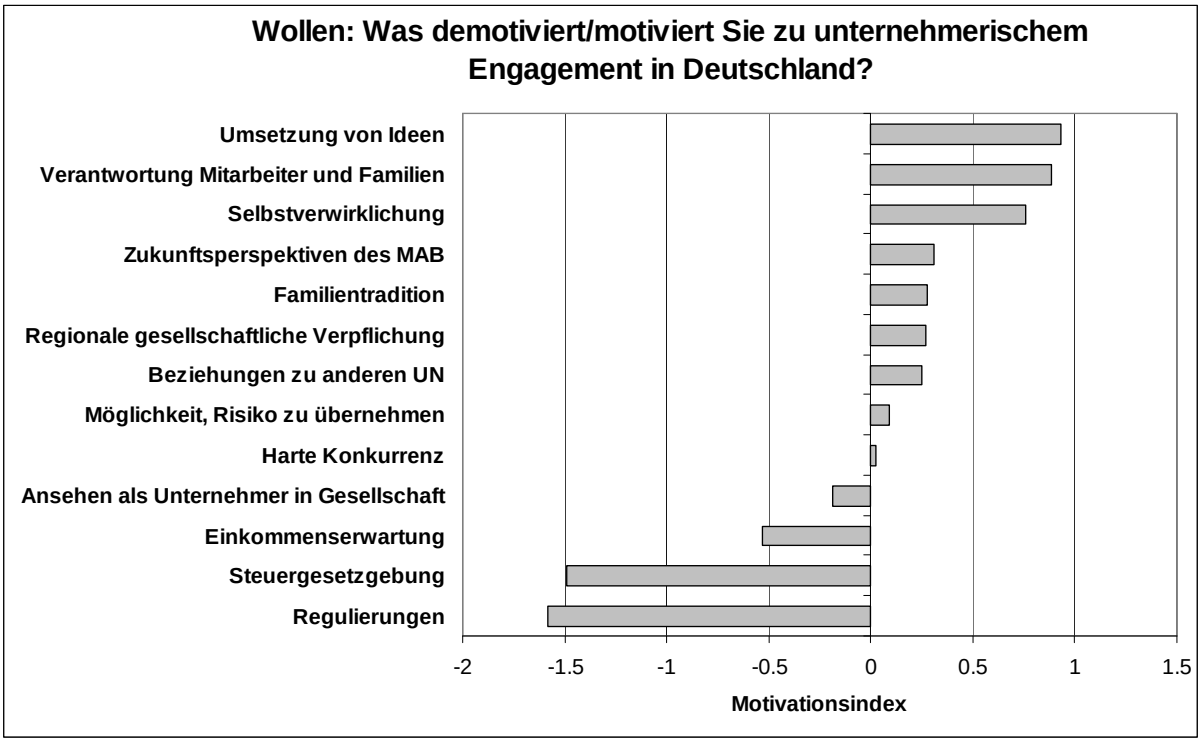
In der Befragung wurde ermittelt, welche dieser Motive für den Unternehmer des Maschinen- und Anlagenbaus von welcher Bedeutung sind (vgl. Abb. 4). Dabei wurden intrinische und extrinsische Motive abgefragt. In direktem Vergleich wurden mit den Zukunftsperspektiven der Branche und der Konkurrenzsituation auch zwei Marktbedingungen sowie mit den staatli-

[11] Vgl. M. Giannnetti und A. Simonov: Social Interactions and Entrepreneurial Activity, 2004, http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID883325_code283885.pdf?abstractid=370180&mirid=3, Informationsabfrage am 12.05.06..

[12] Vgl. N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

chen Regulierungen und der deutschen Steuergesetzgebung zwei staatliche Einflussfaktoren im Vergleich auf ihre Motivationswirkung hin evaluiert. Das Ansehen in der Gesellschaft testet die von der Gesellschaft ausgehenden Einflüsse auf die Motivation.

Abbildung 4



Quelle: Eigene Darstellung[13]

Die Umsetzung eigener Ideen und die Selbstverwirklichung werden vom Maschinenbauer als zentrale Beweggründe eingestuft. Hinzu kommt das Gefühl der Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und deren Familien. Alle diese Motive sind intrinsischer Natur, und da sie eine durchgehend positive Bewertung erhalten, kann man folgern, dass sie im Maschinenbau weitgehend erreicht werden können. Die guten Zukunftsperspektiven tun ein Übriges, die Unternehmer des Maschinenbaus zu motivieren. Dies verdeutlicht, dass unternehmerisches Engagement gegenwärtig durch die Marktbedingungen eher gefördert als gehindert wird. Auch die harte Konkurrenz schneidet im Vergleich der obigen Motivatoren nicht negativ ab. Anders sieht dies mit den vom Staat gesetzten Rahmenbedingungen aus. Regulierungen wie Steuergesetzgebung werden als die wesentlichen Demotivatoren angegeben. Dies hindert Unter-

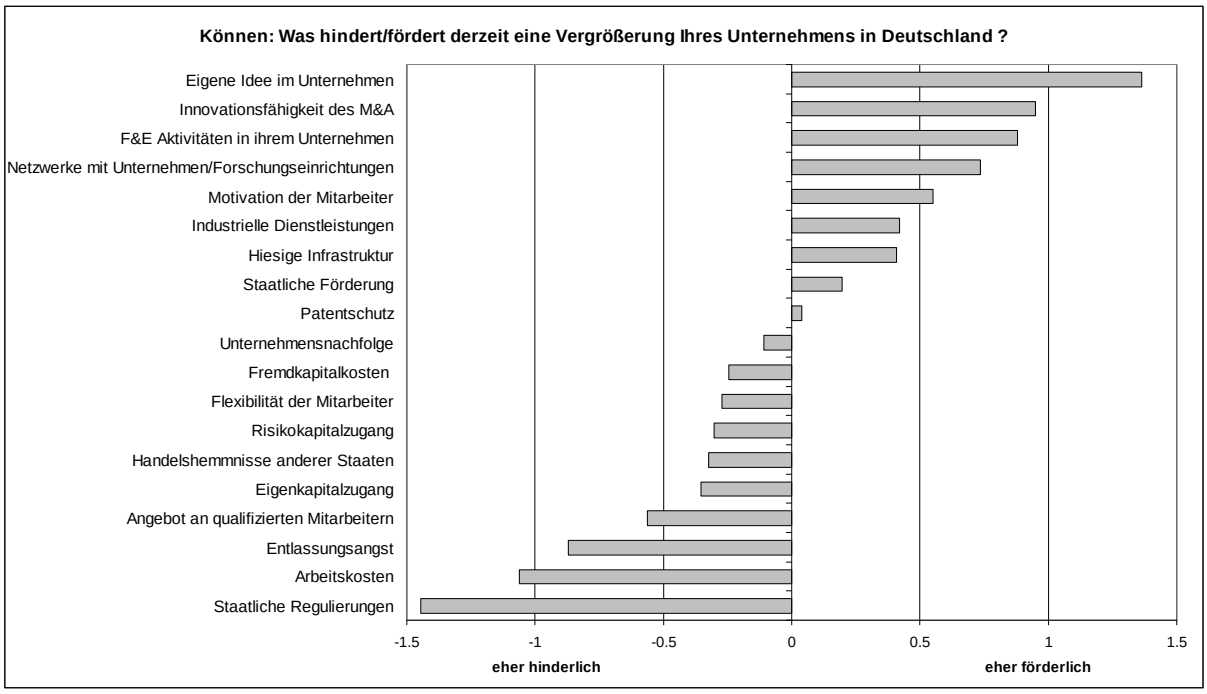
[13] Die Indexwerte wurden durch Standardisierung der Befragungsergebnisse gewonnen. Vgl. N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

nehmer nicht nur daran zu wachsen, es sorgt auch für eine geringere Motivation potenzieller Unternehmer, überhaupt unternehmerisch tätig zu werden. Auch das derzeitige Ansehen in der Gesellschaft und die gegenwärtige Einkommenserwartung als Unternehmer sind für den Maschinenbauer vergleichsweise wenig motivierend.

Die Unternehmer müssen auch unternehmen können…

Die Marktsituation bestimmt, inwieweit die Unternehmer der jeweiligen Branche Erfolg haben können. Diese Bedingungen unterscheiden sich zwischen den Branchen. Sie sind daher keinesfalls über den Maschinen- und Anlagenbau hinaus zu verallgemeinern. Für diesen ist die Marktsituation vergleichsweise gut, die Unternehmen halten weiteres Wachstum für möglich (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5



Quelle: Eigene Darstellung[14]

Als wichtigsten Wachstumsfaktor machen die Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus die im Unternehmen generierten Ideen für neue Produkte bzw. in der Markterschließung

[14] Vgl. auch N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

aus. Es folgt als Wachstumsmotor Nummer Zwei die Innovationsfähigkeit der Branche. Staatliche Förderung nimmt eine vergleichsweise untergeordnete Bedeutung ein – sie wirkt zwar positiv auf die Motivation der Unternehmer, ihr Indexwert ist allerdings erheblich geringer als der Wert anderer Beweggründe. Mithin ist der Maschinen- und Anlagenbau ein Branche, in der man tatsächliches Unternehmertum findet und nicht bloß Scheinselbständigkeit.

Die Wachstumsbremsen lassen sich auf der Beschaffungsmarktseite finden. Vor allem der Arbeitsmarkt liefert nicht den gewünschten Zugang zu guten und günstigen Arbeitskräften. Die hohen Arbeitskosten und der Zugang zu qualifizierten Arbeitskräften bilden zentrale Hindernisse. Die Unternehmen des Maschinenbaus weisen volle Auftragsbücher vor, die Umsatzzahlen steigen und die Zukunftsperspektiven werden als gut eingeschätzt. Davon haben auch die Arbeitskräfte etwas, ihre Arbeitslosenquote sinkt, die Anzahl der offenen Stellen nimmt stetig zu. Bereits jetzt klagen die Unternehmer, sie fänden zu wenig qualifizierte Mitarbeiter. Noch aber bestimmen die hohen Arbeitskosten die Hauptsorgen der Unternehmer am Arbeitsmarkt. Diese setzen sich aus Lohnkosten und Lohnnebenkosten zusammen. Sowohl die Höhe der für die Lohnkosten wichtigen Tariflöhne als auch die Sozialversicherungsabgaben werden von den Unternehmern ebenfalls als demotivierend und wachstumsfeindlich kritisiert.

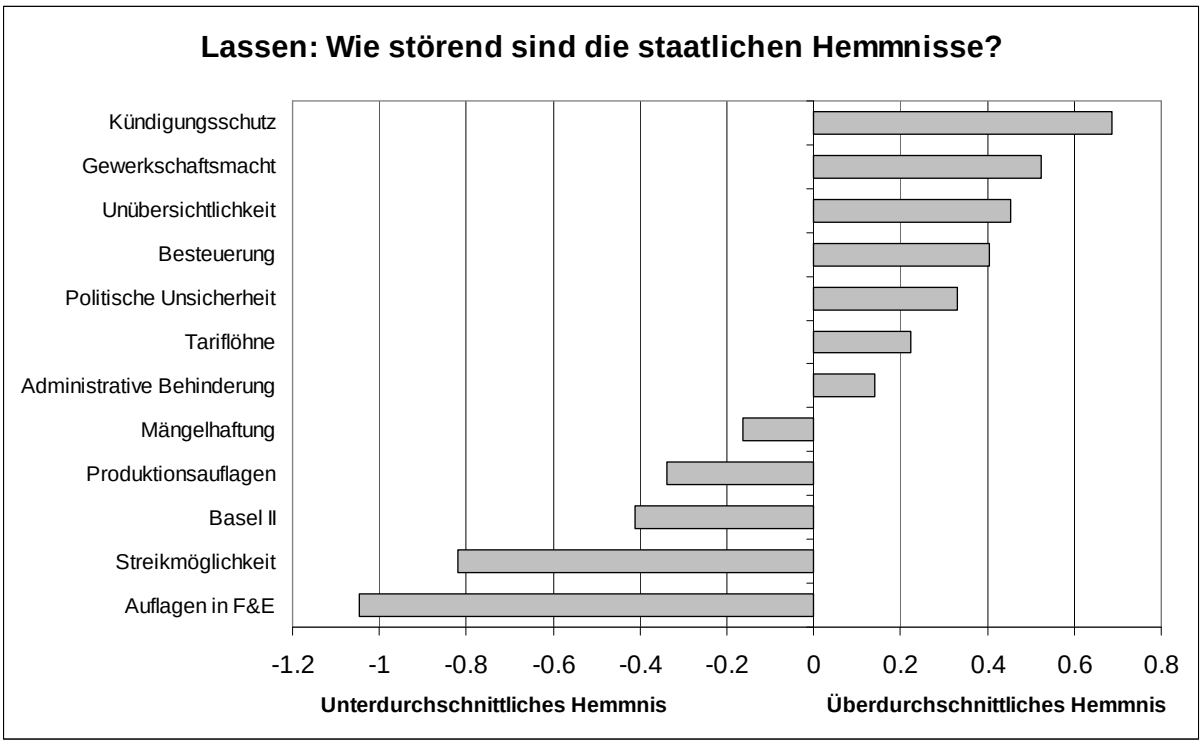
Zwecks Vergleichsmöglichkeit zwischen Marktbedingungen und Staatseinflüssen wurde auch zu dieser Frage die Wahrnehmung der staatlichen Regulierungen evaluiert. Ihr Indexwert ist deutlich negativer als die Arbeitskosten – selbst im Vergleich zu diesen erscheinen die staatlichen Rahmenbedingungen den Unternehmern also als das Haupthindernis.

Man muss die Unternehmer jedoch auch unternehmen lassen…

77% der Unternehmer würden gerne in den nächsten fünf Jahren in Deutschland ihr Unternehmen vergrößern. Dies ist beachtlich. Denn es fühlen sich gerade einmal 22% derselben Befragten von der deutschen Gesellschaft und dem deutschen Staat zum Unternehmertum motiviert. Dies ist ein weiteres deutliches Signal, dass die staatlichen Rahmenbedingungen in Deutschland von den Unternehmern als ungeeignet empfunden werden. Im Zentrum der Kritik stehen dabei in erster Linie die Arbeitsmarktbedingungen.

Abbildung 6 listet potenzielle Hindernisse auf. Einen positiven Wert erhielten jene Hemmnisse, die aus Unternehmersicht überdurchschnittlich stören.

Abbildung 6



Quelle: Eigene Darstellung[15]

Der Kündigungsschutz ist aus Unternehmersicht das Haupthindernis unter den staatlichen Regulierungen. Dabei wird der Indexwert noch höher, wenn die Unternehmer bereits negative Erfahrungen mit Klagen vor den Arbeitsgerichten gesammelt haben. Staatliche Regulierungen können hier nicht nur wachstumshemmend im Hinblick auf das Einstellungsverhalten wirken. Sie sind zudem auch demotivierend, da sie den unternehmerischen Gestaltungsspielraum einengen. Hier ist eine Deregulierung dringend angebracht.

Unter den staatlichen Rahmenbedingungen, welche sich besonders hindernd auf den Unternehmer auswirken, kann man zudem die Gewerkschaftsmacht und die Unübersichtlichkeit der staatlichen Regelungen identifizieren. Die hohe Gewerkschaftsmacht hindert in erster Linie an den Flächentarif gebundene Unternehmer am Wachstum. Gewerkschaftsmacht wird von den Unternehmern mit hohen Tariflöhnen bzw. dem starren Flächentarifvertrag in starkem Maße assoziiert. Die sehr schnell wachsenden Unternehmen, welche gleichzeitig auch eine hohe

[15] Vgl. auch N. Berthold, M. Kullas und M. Neumann: Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau, Wirtschaftswissenschaftliche Beiträge des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik, Nr. 98, 2007, Würzburg.

Beschäftigungszunahme realisieren können, befinden sich zumeist unter den nicht an den Flächentarif gebundenen Unternehmen.

Unternehmer brauchen zur Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit einen einfachen und stabilen Rechtsrahmen. Er muss transparent sein, er muss verlässlich sein und er muss mit möglichst geringen unnötigen Behinderungen einhergehen. Insbesondere der bürokratische Aufwand, den die Unternehmer betreiben müssen, ist so gering wie möglich zu halten. Dies ist in Deutschland aus Unternehmerperspektive nicht der Fall. Der Manager weicht in dieser Kritik ein wenig vom Selbständigen ab. Er bewertet die Unübersichtlichkeit der Regelungen als ebenfalls überdurchschnittlich störend, ist aber erheblich weniger davon getroffen als der Selbständige. Wer selbständiges Unternehmertum fördern möchte, muss das Regelsystem und die administrativen Bedingungen reduzieren und erheblich übersichtlicher machen.

Was sich daraus an politischen Handlungsempfehlungen ergibt...

Will man Unternehmertum staatlich fördern, ergeben sich daraus die folgenden zentralen Handlungsempfehlungen:

1. Unternehmertum resultiert aus Ideen – und aus den Entscheidungen der Unternehmer, diese umzusetzen. Um die Marktfähigkeit entsprechender Ideen richtig zu evaluieren ist ein breites allgemeines Humankapital notwendig. Gleiches gilt für die Ideen, welche die Mitarbeiter entwickeln. Auch hierzu ist Humankapital die Grundvoraussetzung. Staatliche Förderung des Unternehmertums mittels monetärer Mittel muss daher im Bildungssektor ansetzen – und es wird entsprechend erst langfristig Früchte tragen.
2. Staatliche Regulierungen müssen zurückgeschraubt werden. Sie senken nicht nur die Chancen und die Profitabilität der Unternehmen, sie behindern den Unternehmer auch in seinem Streben nach Freiheit und Selbstverwirklichung.
3. Im Maschinen- und Anlagenbau ist die Umsetzung eigener Ideen zentraler Grund für die Entscheidung zur Selbständigkeit. Diese sind zu unterstützen – von der Ideeentwicklung über die Beratung zur Firmengründung bis zur Kapitalbereitstellung. Private Risikokapitalmärkte können dies erheblich besser als der Staat. Die Weiterentwicklung solcher Risikokapitalmärkte ist entsprechend zu fördern.

4. Betriebsbedingte Kündigungen müssen vereinfacht werden. Insbesondere die Zeitdauer der Arbeitsgerichtsverfahren muss kürzer ausfallen, die Bestimmungen sind zugunsten der Unternehmer zu ändern. Und zwar so, dass das Einstellen im Vergleich zum Eingestellt Werden lukrativer wird, damit Arbeitnehmer zum Schritt in die Selbständigkeit motiviert werden. Die wenigsten Unternehmer werden ihre Angestellten in böswilliger Absicht willkürlich kündigen – dagegen spricht das hohe Maß an Verantwortungsempfinden der Unternehmer gegenüber ihren Mitarbeitern.
5. Der gesetzlich festgeschriebene Einfluss der Gewerkschaften muss geringer ausfallen. Dies gilt insbesondere in den selbständigen mittelständischen Betrieben. Gewerkschaftsfunktionäre sind keine Unternehmertypen – ihnen gehört bei entsprechenden Entscheidungen kein Mitspracherecht.

Insbesondere auf dem Bildungssektor wird es eine lange Zeit brauchen, einst versäumtes aufzuholen. Doch um zukünftiges Unternehmertum in Deutschland sinnvoll zu fördern, ist es zwingend notwendig, für Unternehmertum eine bessere Bildungsgrundlage zu schaffen, damit Unternehmer unternehmen können, und es ist ebenfalls geboten, ihnen mehr Freiheit zu lassen, damit sie auch wieder unternehmen wollen.

Seit 2005 erschienen:

Nr. 98 **Motivatoren und Demotivatoren für Unternehmer im deutschen Maschinen- und Anlagenbau,**
von Norbert Berthold, Matthias Kullas und Michael Neumann, 2007

Nr. 97 **Von der (Un-)Möglichkeit ausgeglichener Haushalte,**
von Norbert Berthold und Daniel Koch, 2007

Nr. 96 **Die Zukunft der Arbeit – Verdopplung, Entkopplung, regionale Divergenz?,**
von Norbert Berthold, Michael Neumann und Jupp Zenzen, 2007

Nr. 95 **China's Booming Economy – Does the Federal Order Foster Growth?,**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2007

Nr. 94 **Der Länderfinanzausgleich – wie sehr schadet er, wie sollte er reformiert werden?,**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2007

Nr. 93 **Auswirkungen der finanziellen Ausgleichsysteme in Deutschland, Studie für das Finanzministerium des Landes Baden-Württemberg, Februar 2007,**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2007

Nr. 92 **Einwohnerschwäche als Stärke – Dezentralisierung als Rezept für eine maßgeschneiderte Politik,**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2006

Nr. 91 **Kleine Bundesländer – Achillesferse des Föderalismus?**
von Norbert Berthold, Holger Fricke und Andreas Müller, 2006

Nr. 90 **Small is beautiful – Kleine Gebietskörperschaften erfüllen die politischen Präferenzen besser!**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2006

Nr. 89 **Unternehmer – der Treibstoff des Wachstumsmotors!**
von Norbert Berthold und Matthias Kullas, 2006

Nr. 88 **Europas Sozialstaaten im Schatten der Globalisierung**
von Norbert Berthold und Michael Neumann, 2006

Nr. 87 **Die Tertiarisierung der deutschen Wirtschaft – Was treibt den Strukturwandel an, und was bringt er?,**
von Michael Grömling, 2006

Nr. 86 **Agglomeration and the Case of Germany: How to Help the Lagging East**
von Norbert Berthold und Michael Neumann, 2006

Nr. 85 **Do Larger Nations Have Higher Unemployment Rates?,**
von Michael Neumann, 2006

Nr. 84 **Wachstumsschwäche in Europa – Wege aus der Stagnation**,
von Norbert Berthold und Jupp Zenzen, 2005

Nr. 83 **Föderalismus und Wachstum – Eine vernachlässigte Beziehung,**
von Norbert Berthold und Holger Fricke, 2005

Nr. 82 **Globalisierte Spielermärkte: Ein Problem für den deutschen Profifußballe?,**
von Norbert Berthold und Michael Neumann, 2005

Nr. 81 **Arbeitsmarktpolitik in Deutschland – grottenschlecht oder nur schlecht?,**
von Norbert Berthold, 2005

Nr. 80 **Standortwettbewerb der Bundesländer,**
von Norbert Berthold, Holger Fricke und Matthias Kullas, 2005

Nr. 79 **Hartz IV – eine vertane Chance nutzen,**
von Norbert Berthold und Sascha von Berchem, 2005

Nr. 78 **Zahlt Deutschland drauf? – Was die Neue Ökonomische Geographie der deutschen Politik für die Verhandlung um den europäischen Etat mit auf den Weg geben kann,**
von Norbert Berthold und Michael Neumann, 2005

Nr. 77 **Wege aus der institutionellen Verflechtungsfalle – Wettbewerb oder Kooperation?,**
von Norbert Berthold, 2005

Nr. 76 **Lokale Solidarität – die Zukunft der Sozialhilfe?,**
von Norbert Berthold und Sascha von Berchem, 2005

Nr. 75 **Der gemeinsame Europäische Fußballmarkt– benötigt Deutschland eine Ausländerklausel?,**
von Norbert Berthold und Michael Neumann, 2005