

Fokus Volkswirtschaft

Nr. 39, 18. Dezember 2013

Die Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland – Defizite und Potenziale

Autor: Dr. Matthias Bittorf, Telefon 069 7431-8733, research@KfW.de

Über die Förderung einer Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit wird in Deutschland seit Mitte der 1990er-Jahre diskutiert. Sie ist hier zu Lande bisher weniger ausgeprägt als in einigen anderen hoch entwickelten Industrieländern. Zumeist werden die Ursachen für eine geringe Gründungsbereitschaft in der Konjunktur oder der Situation auf dem Arbeitsmarkt gesucht – kulturelle und weitere außerhalb der ökonomischen Sphäre liegende Hintergründe kommen hingegen seltener in den Blick. Dieser Beitrag widmet sich ebendiesen Zusammenhängen. Beleuchtet werden politisch-kulturelle Aspekte, etwa der Wertewandel sowie das Bild der Selbstständigen / Unternehmer in der Öffentlichkeit sowie Potenziale, welche zu einer verbesserten Selbstständigkeitskultur beitragen können – allen voran in der Bildung.

Was verstehen wir unter einer Kultur der Selbstständigkeit?

Da der Begriff selbsterklärend scheint, wird er oft verwendet, jedoch selten definiert – vor allem soll er Offenheit für unternehmerische Tugenden wie Eigeninitiative, Risikobereitschaft, Ausdauer und Verantwortungsbewusstsein anzeigen und damit abgrenzen von einer „unselbstständigen“, also gründungs- und tendenziell innovationsschwachen Gesellschaft. In der Wissenschaft spricht man diesbezüglich von den – Gründungsaktivitäten beschleunigenden – „gesellschaftliche[n], wirtschaftliche[n] und politische[n] Einflussfaktoren [...]“¹, deren Stärkung ein Bewusstsein für unternehmerische Selbstständigkeit schaffen bzw. schärfen soll.

Warum ist eine Kultur der Selbstständigkeit für eine Volkswirtschaft eigentlich so wichtig?

Selbstständigkeit und Unternehmertum („Entrepreneurship“) sind wesentliche Merkmale hoch entwickelter, pluralistischer Gesellschaften – gleichwohl sind sie in den jeweiligen Gesellschaften unterschiedlich stark verankert.

Generell bestehen in Industrieländern positive Zusammenhänge zwischen einer starken Gründungsdynamik und einem überdurchschnittlichen Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum sowie niedrigen Arbeitslosenständen. Eine stärker verbreitete und wachsende Selbstständigkeit schafft neue Jobs, Produkte und Dienstleistungen. Zudem sorgt eine rege Gründungsaktivität durch den dadurch ausgelösten stärkeren Wettbewerb für eine bessere ökonomische Leistungsfähigkeit des jeweiligen Landes.

Im Ganzen profitiert jede Gesellschaft von einer unternehmerischen Mentalität, die eigenverantwortliches aktives Handeln – für sich und andere – mit Risikobereitschaft paart und mitzureißen versteht. Daher gilt Selbstständigkeit als ein zentrales Element zur Bewahrung und Förderung der gesellschaftlichen Stabilität.²

Aber auch für den Einzelnen zahlt sich Selbstständigkeit aus: Die Einkommen der Selbstständigen liegen im Durchschnitt über jenen der abhängig Beschäftigten und auch die Zufriedenheit von Selbstständigen ist größer.³ Generell gilt unternehmerisches Denken heute – da sich auch viele Berufsbilder abseits eines Unternehmers gewandelt haben – als sehr hilfreich für ein selbstbestimm-

tes Leben, vor allem ein erfolgreiches Berufsleben.

Wie ist die Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland ausgeprägt?

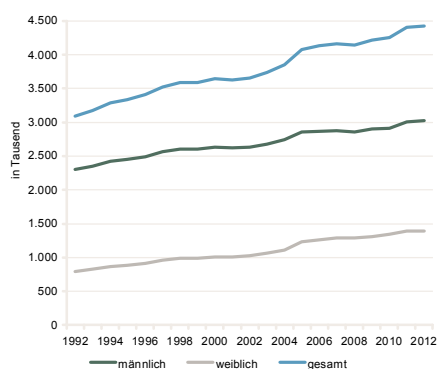
Die Zahl der Selbstständigen in der Bundesrepublik war über Jahrzehnte rückläufig. Während im Jahr 1950 noch 15 % der Erwerbstätigen einer selbstständigen Tätigkeit nachgingen, waren dies auf dem Tiefpunkt der Selbstständigkeit im Jahr 1991 nur noch 9,2 %. Dies hing strukturell auch mit der stark rückläufigen Anzahl der Landwirte in den 1950er- und 1960er- Jahren zusammen.

Als Mitte der 1990er-Jahre die Arbeitslosigkeit in Deutschland bedenklich zunahm und eine gewisse Innovations- und Wettbewerbsschwäche (Produktionsverlagerungen) des Standorts Deutschlands offenkundig wurde, gewann der Ruf aus Wirtschaft und Politik nach einer ausgeprägteren Kultur der Selbstständigkeit an Eindringlichkeit. Exemplarisch für die neue Bedeutung des Themas war, dass sogar Bundespräsident Roman Herzog, der „ein Gefühl der Lähmung [...] über unserer Gesellschaft“⁴ und „den Verlust wirtschaftlicher Dynamik“ diagnostizierte, das Thema aufnahm. „Wie erreichen wir“, so fragte er 1997 in seiner Berliner Grundsatzrede, „dass mehr Menschen in der beruflichen Selbstständigkeit eine persönliche Perspektive erkennen?“

Seither hat sich, dies wird auch von der deutschen Wirtschaft so beurteilt, das Gründungsklima in Deutschland verbessert⁵ – die Politik forcierte ihre Gründungsförderpolitik und definierte Ziele für eine höhere Selbständigenquote. An Universitäten und Fachhochschulen wurde das Thema unternehmerische Selbstständigkeit gewichtiger – die deutsche Gründungsforschung expandierte ab 1998, als die ersten Gründungslehrstühle an deutschen Universitäten geschaffen wurden, bemerkenswert stark (mittlerweile existieren gründungsbezogene Lehrstühle an rund 100 Hochschulstandorten – exemplarisch für diese Entwicklung ist auch das vom Bundesminis-

terium für Wirtschaft und Technologie ins Leben gerufene, auf eine Verbesserung des Gründungsklimas an Hochschulen fokussierende Programm EXIST). Die Anzahl der landes- und bundesweit aufgelegten Projekte zur schulischen ökonomischen Bildung – wie etwa „Jugend gründet“ – stieg beträchtlich. Auch Schülerfirmen expandierten. Der Anteil der Selbstständigen an allen Erwerbstätigen erhöhte sich stetig und durchaus beträchtlich (vgl. Grafik).

Grafik: Selbstständige 1992–2012 in Deutschland gesamt und nach Geschlecht



Quelle: Destatis.

Im Jahr 2012 gab es in Deutschland rund 4,4 Mio. Personen⁶, die im Haupterwerb einer selbstständigen Tätigkeit nachgingen. Dies waren 1,3 Mio. mehr als vor 20 Jahren (1992) – was einer Zunahme von etwa 42 % entspricht. Dabei stieg die Selbstständigkeit von Frauen (1992: 791.000, 2012: 1,395 Mio.) in diesem Zeitraum stärker als jene der Männer (1992: 2,3 Mio., 2012: 3,0 Mio.), blieb insgesamt aber noch zurück (der Frauenanteil unter den Selbstständigen erhöhte sich damit von 25,6 % im Jahr 1992 auf 31,7 % im Jahr 2012).

Fachleute warnen jedoch vor Selbstzufriedenheit: Trotz der im internationalen Vergleich vorbildlichen öffentlichen Förderung von Existenzgründern liegt Deutschland bei Gründungsaktivitäten weiterhin nur im hinteren Mittelfeld.⁷ Die deutsche Gründungsneigung wird noch immer als zu schwach bewertet, das Jahr 2012 markierte in Bezug auf Neugründungen sogar einen Tiefpunkt.⁸ Die Herausbildung einer weit ausstrahlenden, nachhaltigen Kultur der Selbstständigkeit wird als bestenfalls ansatzweise geglückt beschrieben.⁹

Aktuell zeigen sich die Probleme einer zu geringen Gründungsbereitschaft auch daran, dass die Unternehmensnachfolge von KMU in Deutschland ein zunehmendes Problem darstellt. Trotz mittlerweile starker Bemühungen (etwa der Industrie- und Handelskammern) sind diesbezüglich unerfreuliche Meldungen weiterhin an der Tagesordnung: Einer DIHK-Untersuchung zufolge mussten allein 2010 aus Mangel an passenden Nachfolgern deutschlandweit rund 1.800 Unternehmen mit mehr als 23.000 Arbeitsplätzen aufgegeben werden.¹⁰ Seither ist die Situation eher noch schwieriger geworden, da mehr übergabewilligen Senior-Unternehmern immer weniger übernahmebereite Existenzgründer gegenüberstehen.¹¹

Neben der gegebenen demografischen Konstellation werden auch hausgemachte Probleme für die im Mittelmaß verharrende Entwicklung verantwortlich gemacht: an erster Stelle die vernachlässigte ökonomische Bildung in den allgemeinbildenden Schulen. Deren in der Vergangenheit zu geringe Wertschätzung zeigt sich etwa daran, dass im Bereich der ökonomischen Lehrerbildung seit den 1980er-Jahren in manchen Bundesländern entsprechende universitäre Studiengänge abgeschafft und wissenschaftlicher Nachwuchs kaum noch ausgebildet wurde¹² – sodass derzeit häufig Pädagogen ohne universitäre ökonomische Ausbildung Wirtschaftskennnisse vermitteln.

Wie ist die Selbstständigkeitskultur anderswo ausgeprägt?

Deutschland hat auf dem Weg hin zu einer lebendigen Selbstständigkeitskultur in den letzten Jahren zwar einige Anstrengungen unternommen – doch bleibt noch viel zu tun. Eine vorbildliche Kultur der Selbstständigkeit ist gegenwärtig vor allem in den angelsächsischen Ländern verbreitet. Aber auch europäische Gesellschaften wie die Niederlande, Österreich und Schweden haben in Sachen Gründungsbereitschaft Deutschland einiges voraus. Das hat – so die Experten – nicht nur wirtschaftliche, sondern auch kulturell-mentale Gründe: So wirkt sich das in einer Gesellschaft vorherrschende Unternehmerbild auch auf die individuelle Gründungsbereitschaft aus. Stehen in einer Gesellschaft Unterneh-

mer und Unternehmertum dauerhaft in einem kritischen Licht, kann dies dazu führen, dass Gründungsaktivitäten unterbleiben (selbst wenn potenzielle Gründer persönlich keine Vorurteile gegenüber der unternehmerischen Wirtschaft hegen).¹³

Betrachtet man die Ergebnisse des Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dem weltweit bedeutendsten Forschungsprojekt zur Analyse von Gründungsaktivitäten in mehr als 30 Ländern, so zeigt sich, dass in erfolgreichen Gründerländern wie den USA, Singapur und auch beim Nachbarn Niederlande ein freundliches, von Respekt geprägtes Unternehmerbild dominiert.¹⁴ Die vorherrschenden gesellschaftlichen Werte und Normen in diesen Ländern begünstigen besonders stark eine lebendige Unternehmensgründungskultur – gemeint sind damit etwa Wertvorstellungen wie die Betonung der Eigenverantwortlichkeit des Einzelnen für die Gestaltung seines Lebens, die Förderung von Eigeninitiative und Risikobereitschaft, Kreativität und Innovativität. Deutschland schneidet hingegen bei diesen Aspekten unterdurchschnittlich ab – es gibt zudem nicht ein einziges unter den untersuchten übrigen 22 Industrieländern, dem gegenüber die Bundesrepublik bei diesen „gründungsfreundlichen“ Werten einen nennenswerten Vorsprung aufweist.¹⁵

Der Vorteil der genannten Länder hinsichtlich gründungsrelevanter Werte und Einstellungen korrespondiert mit ihren Gründungsquoten – jene der USA liegt etwa doppelt so hoch wie jene Deutschlands (vgl. FN 7).

Gesellschaftliche Hintergründe dieser Erfolge

Ein wesentlicher Aspekt des Erfolgs von Ländern mit hohen Selbstständigkeitsquoten wird in der Haltung gegenüber gescheiterten (Gründungs-) Versuchen gesehen: Während in Deutschland mit einem Misserfolg in der Regel ein Verlust an sozialem Ansehen einhergeht, existiert etwa in Nordamerika eine lebendige Kultur der zweiten Chance. Das Scheitern eines Selbstständigkeitsversuchs ist dort kein Tabu. Eine Firma zu gründen und sie notfalls wieder schließen zu müssen, gilt als Selbstverständlichkeit. So existieren viele Beispiele wie jenes

von Henry Ford, dem es erst im dritten Anlauf gelang, seine Ford Motor Company zu einem Weltunternehmen voranzubringen.

Generell ist für die angelsächsischen Länder ein individualistischeres Gesellschaftsmodell kennzeichnend: Der Eigenverantwortung für das persönliche Leben wird (auf dem liberalen Ideal selbstbestimmter Menschen aufbauend) eine herausragende Bedeutung beigemessen. Ein solches gesellschaftliches Klima fördert Gründer bzw. Gründungen und bietet einen guten Nährboden für eine entsprechende Dynamik.

Worin könnten Deutschlands Defizite (mit)begründet liegen?

Oben wurde auf die schwache Verankerung gründungsbegünstigender Werte in Deutschland hingewiesen. Die Ursachen hierfür sind vielfältig.

Kulturelle Aspekte

In den angelsächsischen Ländern, aber auch in den Niederlanden und der Schweiz hat die calvinistische Lehre bis in die Gegenwart einen prägenden Einfluss. Nach Max Weber beeinflusste und dynamisierte der Calvinismus im Verlauf des 18. Jahrhunderts die Arbeitsethik in den von ihm erfassten Bereichen maßgeblich. Großer Arbeitseifer, stetige, systematische Berufsarbeit und der daraus erwachsende wirtschaftliche Erfolg gelten dem Calvinismus als Selbstzweck und Wert an sich. Dies wiederum habe, so Max Weber, die Entstehung einer Wirtschaftsgesinnung („Geist des Kapitalismus“) enorm gefördert.

In Nordamerika war und ist das calvinistische Denken stark verbreitet und wirkt entsprechend positiv auf die Gründertätigkeit. Hinsichtlich der deutschen Gesellschaft dagegen bemerkte Joseph Schumpeter, dass „die skeptische oder grundsätzlich ablehnende Haltung weiter Kreise [...] gegen den Unternehmer, eine Haltung, die weit über den sozialistischen Kreis hinausgeht, insbesondere fast allen Intellektuellen eigen ist [...]“¹⁶ Diese Haltung spiegelt sich zumindest in Teilen auch in heutigen Umfragen zum Bild des Unternehmers wider (vgl. FN 19).

Das Bildungssystem ist gefordert

Eine Gründungskultur und die diesbezüglichen relevanten Fähigkeiten werden auch in der (schulischen) Bildung vermittelt. Befürworter einer stärkeren Präsenz der Wirtschaftsbildung in den allgemeinbildenden Schulen weisen entsprechend darauf hin, dass diese inklusive der finanziellen Bildung in der Gegenwart geradezu als Schlüssel zu einem besseren allgemeinen Weltverständnis fungieren kann – und deshalb vom Gymnasium nicht ferngehalten werden sollte.

Dies steht in einem gewissen Gegensatz zur humanistischen Tradition deutscher Schulausbildung. Insbesondere an Gymnasien waren (und sind) Vorbehalte und Widerstände gegen ein vermeintlich ausschließlich der „Nützlichkeit“ verschriebenes Fach Wirtschaft bedeutend. Dahinter steht das neuhumanistische Bildungsideal. Bei diesem (u. a. vom Bildungsreformer Wilhelm von Humboldt und Friedrich Schleiermacher entwickelten) Bildungskonzept geht es um umfassende Bildung, bei der die Förderung des Individuums, seiner geistigen wie auch emotionalen Kräfte, seiner Fähigkeit zur Welterkenntnis, im Mittelpunkt des Lernens steht. Verwirklicht wurde diese Konzeption im humanistischen deutschen Gymnasium. Weniger idealistische Bildungsanliegen wie pure Wissensvermittlung und Nützlichkeit galten dort ursprünglich wenig, was die Defizite in der Wirtschaftslehre als Bestandteil gymnasialer Lehrpläne erklären hilft.

Gesellschaftlicher Wertewandel – Auswirkungen auch auf Einstellungen zu Arbeit und Leistung

Zu berücksichtigen ist auch, dass in Deutschland (wie in vielen anderen entwickelten Ländern auch) spätestens seit den 1970er-Jahren ein Wertewandel stattgefunden hat – von mehr den ökonomischen Nutzen maximierenden persönlichen Orientierungen hin zur Favorisierung individueller Lebensqualität und persönlicher Selbstverwirklichung. Dazu gehört auch eine verstärkte Freizeitorientierung.

Auch um die schulische Bildungsvermittlung hat dieser Wertewandel natürlich keinen Bogen gemacht. Neue Generationen von Lehrenden maßen der Leistungsorientierung eine weniger zentrale

Bedeutung bei. Generell sank, wie schon oben angeführt, in den vergangenen zwei, drei Jahrzehnten der Stellenwert wirtschaftlicher Themen.

Die ökonomische Bildung in der öffentlichen Darstellung – manches ginge besser

Die Medien und die Wissenschaft könnten zu einem Mentalitätswandel hin zu einer stärkeren Gründungskultur beitragen. Gründen bedeutet, selbstbestimmter zu arbeiten als im Angestelltenverhältnis und eigene Geschäftsideen kreativ umsetzen zu können. Häufig bringt eine Tätigkeit mit solch größeren Freiräumen auch eine größere Lebenszufriedenheit mit sich. Rund 11 % der Bevölkerung, vom Buchhändler und selbstständigen Handwerker bis zum Rechtsanwalt, die sich für diese Lebensperspektive entschieden haben, können dies bestätigen. Zu einer vielfältigen Berichterstattung gehören aber selbstverständlich auch Berichte über die Schattenseiten der Selbstständigkeit (etwa häufig sehr lange Arbeitswochen).

Das Bild der Selbstständigen / Unternehmer in der Öffentlichkeit

Die Diagnose eines nicht allzu positiv ausgeprägten Unternehmerbildes in Deutschland ist nicht neu; Unterschiede zwischen Managern und Unternehmern verwischen immer wieder. Darüber hinaus wird die bemerkenswert schlechte ökonomische Kompetenz im Bildungssystem immer noch zu Recht kritisiert.¹⁷ Betrachtet man die Gesellschaft insgesamt, ist aber das Unternehmerbild nicht dramatisch schlecht – aber doch durchwachsen. Bei den von Meinungsforschungsinstituten regelmäßig durchgeführten Erhebungen zum Sozialprestige ausgewählter Berufe kommen Unternehmer über einen Mittelfeldplatz kaum hinaus.¹⁸

Potenziale der Selbstständigkeit – was kann Deutschland für ihre Erschließung tun?

Eine Analyse zu Potenzialen der Selbstständigkeit muss zunächst die aktuelle Situation prüfen – wo besteht Handlungsbedarf hinsichtlich der Beseitigung der gegenwärtig wichtigsten Gründungshemmnisse? Betrachtet man die Ergebnisse des GEM, so ergibt sich für Deutschland folgendes Bild: Wie in den

Vorjahren auch werden hinsichtlich der Rahmenbedingungen als Positivfaktoren besonders die physische Infrastruktur, die Verfügbarkeit und Qualität öffentlicher Förderprogramme, der Schutz des geistigen Eigentums, das Niveau von Beratern und Zulieferern sowie die Wertschätzung innovativer Produkte (aus Unternehmer- wie auch aus Konsumentensicht) bewertet (vgl. Tabelle).

Tabelle: Schwerwiegendste Gründungshemmnisse, Gunstfaktoren und ihre Wichtigkeit in Deutschland

Rahmenbedingungen		A	B	C
Physische Infrastruktur	(+0,90)			
Öffentliche Förderprogramme	(+0,57)	X		68,3 %
Schutz geistigen Eigentums (Patente, etc.)	(+0,53)			
Wertschätzung neuer Produkte / Dienstleistungen aus Unternehmenssicht	(+0,49)			
Berater und Zulieferer für neue Unternehmen	(+0,39)			
Wertschätzung neuer Produkte / Dienstleistungen aus Konsumentensicht	(+0,32)			
Finanzierung	(-0,09)	X	31,6 %	
Marktdynamik	(-0,09)			
Priorität und Engagement der Politik	(-0,10)			
Marktzugangsbarrieren	(-0,14)			
Außerschulische Gründungsausbildung	(-0,17)	X		
Regulierung, Steuern	(-0,23)		40,0 %	
Wissens- und Technologietransfer	(-0,24)	X		
Gesellschaftliche Werte und Normen (Kultur)	(-0,28)	X	35,0 %	
Arbeitsmarkt	(-0,35)	X		
Schulische Gründungsausbildung	(-0,92)	X		

A Wichtigkeit der Rahmenbedingung: Diese Rahmenbedingung wird von den befragten Experten als besonders wichtig angesehen.

B Schwerwiegendste Gründungshemmnisse: Diese Rahmenbedingung erhält von mindestens 30 % der befragten Experten besonders negative Bewertungen; der Wert gibt den %-Anteil der Befragten an, die der Meinung sind, dass die jeweilige Rahmenbedingung die Entfaltung neuer unternehmerischer Aktivitäten besonders erschwert.

C Gunstfaktoren: Diese Rahmenbedingung erhält von mindestens 30 % der befragten Experten besonders positive Bewertungen; der Wert gibt den %-Anteil der Befragten an, die der Meinung sind, dass die jeweilige Rahmenbedingung neue unternehmerische Aktivitäten besonders unterstützt.

Quelle: GEM-Expertenbefragung 2012.

Aspekte, bei denen der Gründungsstandort Deutschland dagegen ausgesprochen schwach abschneidet, sind die Bereiche Regulierung und Steuern sowie der Arbeitsmarkt. Schlecht bewertet werden aber auch solche Rahmenbedingungen, welche die hier besonders interessierenden politisch-kulturellen Aspekte tangieren: die vorherrschenden gesellschaftlichen Werte und Normen sowie – besonders augenfällig – die unzureichende schulische Vorbereitung auf eine unternehmerische Selbstständigkeit (weniger die außerschulische; vgl. Tabelle).

Das heißt, dass Deutschland – mit Ausnahme der auch im internationalen Vergleich herausragenden Förderland-

schaft – vor allem bei solchen Faktoren gut abschneidet, die als weniger entscheidend für den Gründungserfolg angesehen werden (vgl. Tabelle).

Besonders unbefriedigend ist die ausgesprochen unerfreuliche Bewertung für die als sehr wichtig angesehene Rahmenbedingung schulische Gründungsausbildung – umso mehr, als diese die schon seit langem am schwächsten eingeschätzte Rahmenbedingung ist und Änderungen der schulischen Praxis eigentlich rasch zu bewerkstelligen sein sollten.

Das Bewusstsein dafür, dass es nicht richtig sein kann, dass selbst ein Absolvent eines Gymnasiums dieses „in der Regel als ökonomischer Analphabet“¹⁹ verlässt, hat sich in den Jahren seit der Finanzkrise zwar durchaus verstärkt. Doch sprechen die Ergebnisse der o. g. Untersuchung eine deutliche Sprache dahingehend, dass der Nachholbedarf an ökonomischer Bildung an deutschen Schulen riesig ist.

Entrepreneurship Education – zentraler Ansatz schulischer ökonomischer Bildung

Der wohl wichtigste Ansatz, der innerhalb des deutschen Bildungssystems hinsichtlich einer Qualifizierung der gründungsbezogenen schulischen Kompetenzvermittlung etabliert wurde, ist *Entrepreneurship Education* „Erziehung zu bzw. Unterricht in unternehmerischem Denken und Handeln“. Dabei geht es zunächst im umfassenden Sinn um mündige Wirtschaftsbürger, die fähig sind, wirtschaftliche Lebenssituationen souverän zu meistern (etwa als Konsument, Arbeitnehmer). Im Rahmen dieses Konzepts sollen Heranwachsende aber durchaus auch für unternehmerisches Denken und Handeln sensibilisiert werden: Die Kenntnis elementarer wirtschaftlicher Zusammenhänge wird realitätsnah (etwa über Schülerfirmen) vermittelt. Dabei werden aus Unternehmer- bzw. Gründersicht betriebliche Zusammenhänge und Entscheidungssituationen dargestellt. Zudem werden für Unternehmerpersönlichkeiten wichtige Persönlichkeitseigenschaften wie Verantwortungsbewusstsein, Ausdauer, Disziplin besonders herausgestellt – alles in allem soll damit für die Option einer spä-

teren unternehmerischen Selbstständigkeit (als Alternative zur klassischen abhängigen Erwerbstätigkeit) eine solide Grundlage geschaffen werden.

Praktisch verwirklicht wird dieser Ansatz gegenwärtig in Projekten verschiedenster Art – von vielen lokalen Schulunternehmen bis hin zu bundesweiten Wettbewerben wie „Jugend gründet“ und dem „Deutschen Gründerpreis für Schüler“. Woran es bisher vielen solchen Ansätzen und Initiativen häufig mangelt, ist eine sinnvolle Bezogenheit aufeinander sowie auch die nötige Nachhaltigkeit: Viele dieser Maßnahmen sind einmaliger Natur, entfalten damit keine weitere Ausstrahlung.

Wirtschaft als eigenständiges Pflichtfach – eine sinnvolle Lösung?

Damit mehr Menschen eine Gründung in Betracht ziehen und den Weg in die Selbstständigkeit wagen, gilt als eine zentrale Voraussetzung – so das Bundeswirtschaftsministerium – ein „ausreichendes unternehmerisches Wissen und [entsprechende] Fähigkeiten in der Bevölkerung“.²⁰ Geht man also von dieser Voraussetzung aus und unterstellt darüber hinaus, dass auch für die Bestandsfestigkeit junger Unternehmen ökonomisches Basiswissen sehr wichtig ist, ergibt sich daraus für das allgemeinbildende Schulsystem der Auftrag, für nachhaltige, breitgefächerte Basis-Kompetenzen zu sorgen – also ein geordnetes Grundlagenwissen in Bereichen wie kaufmännischen Kenntnissen, Arbeitsbeziehungen, Personal, Organisation im Unternehmen etc. zu sichern.

Ein eigenständiges Fach Wirtschaft an allgemeinbildenden Schulen mit wirtschaftswissenschaftlich qualifiziertem Lehrpersonal sowie größeren und verbindlichen Zeitkontingenten könnte deutlich zur Verbesserung der Gründungsausbildung beitragen.

Ansatzpunkte ökonomischer Bildung sollten dabei insbesondere die Bedarfe der angehenden Gründer sein – vor allem kaufmännische Inhalte werden von praktizierenden Selbstständigen als sehr relevant für einen Einstieg beschrieben. Gegenwärtig führt nicht selten das Bewusstsein über mangelnde eigene kaufmännische Grundkenntnisse auch zum Verwerfen eines Gründungsvorhabens.²¹

Die Forderung nach einem massiven Kompetenzaufbau im Bereich ökonomischer Bildung ergibt sich insbesondere aus dem hohen Nachholbedarf – nicht zuletzt wünscht sich aber auch eine große Mehrheit der Schülerinnen und Schüler (im Jahr 2012 76 %) einen höheren Stellenwert von Wirtschaftsthemen in der Schule.²² Einer Studie zu schulischen Entrepreneurship-Education-Projekten zufolge befürwortet auch eine deutliche Mehrheit der Lehrerschaft ein eigenständiges Fach Wirtschaft.²³

Die Gestaltung der Lehrpläne und Lehrmaterialien eines solchen eigenständigen Faches Wirtschaft müsste so ausgerichtet sein, dass die Kritik bisheriger Zweifler an einem eigenständigen Ökonomieunterricht aufgenommen und angemessen berücksichtigt wird. Diese zielt insbesondere dahin, dass ein solches Fach allein die Perspektive des

homo oeconomicus einnehmen könnte und ausschließlich volkswirtschaftliche Denkmuster reproduzieren würde, anstatt sie – problemorientiert – mit gesellschaftlichen und politischen Aspekten zusammen zu (be)denken. Themen, die in Wissenschaft und Politik umstritten sind, müssen in Unterricht und Lehrbüchern entsprechend dargestellt sein.

Positives Engagement von Vertretern der Wirtschaft wünschenswert

Auch ein Engagement der Wirtschaft „vor Ort“ ist von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Die Unternehmer selbst sind gefragt, für ihren Beruf zu werben. Ein gutes, erfolgreiches Beispiel wirkt oft mehr als „graue Theorie“. Unternehmer und Selbstständige sind sicher auch in besonderer Weise fähig, ein realistisches Bild der Berufs- und Arbeitswelt sowie auch der Selbstständigkeit zu vermitteln. Dabei sind die Möglichkeiten zur Vermitt-

lung der Perspektive unternehmerischer Selbstständigkeit mannigfaltig – von Tagen der offenen Tür in Betrieben bis hin zu einer Mitwirkung an der Berufswahlvorbereitung.²⁴

Der Dreiklang aus einer systematischeren Gründungsausbildung an allgemeinbildenden Schulen und Einrichtungen der beruflichen Bildung, einem nachhaltigeren Werben der Unternehmer für ihren Nachwuchs und einer noch differenzierteren, facettenreichen medialen Begleitung des Themenkomplexes Selbstständigkeit könnte sicher Wesentliches für eine stärker ausgeprägte Kultur der Selbstständigkeit in Deutschland bewirken. ■

¹ Vgl. Ebbers, Ilona und Rebekka Klein, Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 12/2011, 28ff., S. 28.

² Vgl. Döring, Vera: Verbesserung der Motivation und Wissensvermittlung zur Selbstständigkeit, Peter Lang, Frankfurt a. Main, 2001, S.1.

³ Zu diesem selten thematisierten Aspekt: Schneck, Stefan: Why the Self-Employed are happier: Evidence from 25 European Countries, in: Journal of Business Research, im Erscheinen (2013), Zu den Einkommenschancen von Gründern vgl. Metzger, Georg und Katrin Ullrich: KFW-Gründungsmonitor 2013, Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht.

⁴ Roman Herzog: "Aufbruch ins 21. Jahrhundert" Berlin, 1997, http://www.bundespraesident.de/SharedDocs/Reden/DE/Roman-Herzog/Reden/1997/04/19970426_Rede.html.

⁵ Vgl. Knischewski, Dana und Reinhard Zedler: Unternehmergeist in der Schule, THEMA WIRTSCHAFT NR. 89, INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT KÖLN, 2004.

⁶ Vgl. Statistisches Bundesamt, GENESIS-Online Datenbank.

⁷ Vgl. Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich, Länderbericht Deutschland, Hannover, Nürnberg 2013, S. 9.

⁸ Vgl. Metzger, Georg und Katrin Ullrich: KFW-Gründungsmonitor 2013, Gründungsgeschehen auf dem Tiefpunkt – kein Anstieg in Sicht.

⁹ Vgl. etwa Ebbers, Ilona und Rebekka Klein, Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 12/2011, 28ff.

¹⁰ <http://www.dihk.de/presse/meldungen/2011-10-14-nachfolgereport-11>

¹¹ Vgl. Immer weniger Nachfolger für immer mehr Unternehmen: DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2013.

¹² Döring, Vera: Verbesserung der Motivation und Wissensvermittlung zur Selbstständigkeit, Frankfurt a. M., 2001, S. 60ff.

¹³ Vgl. Etzioni, A.: Entrepreneurship, Adaptation and Legitimation: A macro-behavioral Perspective, Journal of Economic Behavior and Organization (1987), vol. 8, pp. 175–189

¹⁴ Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich, Länderbericht Deutschland, Hannover, Nürnberg 2013, S. 22.

¹⁵ Ebd.

¹⁶ Schumpeter, Joseph A., Der Unternehmer in der Volkswirtschaft von heute, in: Strukturwandlungen der Deutschen Volkswirtschaft, erster Band, hg. von Harms, Bernhard, Berlin 1928, hier zitiert nach 1. Röpke-Symposium „Das Unternehmerbild in der Sozialen Marktwirtschaft“, Düsseldorf, 14. August 2008, S. 16.

¹⁷ Mey, Hermann: Ökonomische Bildung als Allgemeinbildung, in: Aus Politik und Zeitgeschichte 12/2011, S. 3–8, S. 3.

¹⁸ Vgl. die regelmäßig veröffentlichten Untersuchungen zum Prestige / Image ausgewählter Berufe der Meinungsforschungsinstitute Allensbach und Forsa.

¹⁹ Vgl. Wirtschaftsunterricht: Die Ahnungslosen, DIE ZEIT, 14.2.2013, Nr. 08.

²⁰ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: Gründerland Deutschland Unternehmergeist wecken – Gründungen unterstützen, Berlin, 2011, S. 7.

²¹ Vgl. KfW-Gründungsmonitor 2011.

²² Bankenverband, Jugendstudie 2012.

²³ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: Unternehmergeist in die Schulen?! Ergebnisse aus der Inmit-Studie zu Entrepreneurship Education-Projekten an deutschen Schulen, Berlin, 2010, S. 45ff., insbes. S. 50.

²⁴ Vgl. zu diesem Problemkreis ausführlich Döring, Vera (FN 2), S. 349ff.