

Kurzfassung

Mittelstand zwischen Fakten und Gefühl

von Friederike Welter, Eva May-Strobl, Michael Holz, André Pahnke,
Susanne Schlepphorst und Hans-Jürgen Wolter
unter Mitarbeit von Peter Kranzusch

IfM-Materialien Nr. 234

Institut für
Mittelstandsforschung

IfM
BONN

www.ifm-bonn.org

Kurzfassung

Die vorliegende Studie gibt Antworten auf die Frage "Mittelstand – was ist das eigentlich?" Auf der Grundlage einer eigenen Erhebung wird die Gültigkeit der qualitativen Abgrenzung des Mittelstands überprüft. Damit verbindet sich in gesamtwirtschaftlicher Betrachtung die Frage nach der Übereinstimmung von KMU und Mittelstand. Aus einzelwirtschaftlicher Sicht stellt sich die Frage, ob der Mittelstand sich durch eine besondere Art der Entscheidungsfindung und des Wirtschaftens auszeichnet. Der wissenschaftlichen Abgrenzung des Mittelstands wird das Verständnis der Unternehmen dessen, was Mittelstand kennzeichnet, gegenübergestellt. Aus der Verbindung von definitorischem und selbst definiertem Mittelstand leiten wir das Konstrukt des Mittelstandsuniversums ab, mit dem sich die Heterogenität des Mittelstands aufzeigen lässt.

KMU sind nicht gleich Mittelstand

Mittelstand, entsprechend der Definition des IfM Bonn, ist unter den Kleinst- und Kleinunternehmen weit verbreitet. Mit zunehmender Unternehmensgröße nimmt der Mittelstandsanteil an der Unternehmenspopulation ab: im Größensegment Kleinstunternehmen liegt er bei 88 %, unter den Großunternehmen bei 40 %. In allen Größensegmenten finden sich somit Unternehmen, die nach der Mittelstandsdefinition als "nicht-mittelständisch" gelten. Hierbei handelt es sich eher selten um Mittelstand im weiteren Sinne, also unabhängige Eigentümer- oder familienkontrollierte Unternehmen mit Fremdmanagement oder unabhängige Unternehmen, die im Besitz von mehr als zwei Familienstämmen sind. Vielmehr finden sich in allen Größensegmenten häufig abhängige Unternehmen, die mehrheitlich unter Kontrolle eines anderen Unternehmens stehen. Generell betrachtet ist Mittelstand im produzierenden und distributiven Sektor weiter verbreitet als in den Dienstleistungssektoren. Entsprechend den empirischen Ergebnissen lässt sich daher vermuten, dass KMU und Mittelstand selbst in den unteren Größensegmenten nicht deckungsgleich sind.

Mittelstand in der Wahrnehmung der Unternehmen

Neuer Mittelstand entsteht aus dem Blickwinkel der Wissenschaft hauptsächlich durch Neugründungen, während Ausgründungen überwiegend als Nicht-Mittelstand einzuordnen sind. Die Praxis schätzt es anders ein: Ausgründungen fühlen sich selbst häufiger als Neugründungen dem Mittelstand zugehörig. Auch wächst mit zunehmender Unternehmensgröße und Unternehmensalter der Anteil des selbst definierten Mittelstands in der Unternehmenspopulation.

Wahrung von Unabhängigkeit und Eigenständigkeit

Wer sich zum Mittelstand zählt, ist überwiegend "Herr im Haus": Beteiligungen anderer Unternehmen stellen eine äußerst seltene Ausnahme dar. Auch Fremdmanager beschäftigt nur jedes siebte mittelständische Unternehmen. Mit zunehmendem Alter und dem Generationenwechsel werden jedoch prägende Mittelstandsmerkmale aufgegeben. Damit verändert sich das mittelständische Unternehmen hin zu einem familienkontrollierten Unternehmen: Hier sind in jedem fünften Unternehmen Fremdmanager tätig. Überwiegend übernehmen aber Minderheiteneigentümer aus dem Familienkreis die Geschäftsführung. Von zehn familienkontrollierten Unternehmen haben vier in den zurückliegenden Jahren einen Eigentümer- bzw. Gesellschafterwechsel vollzogen. Eigentum und Verfügungsrechte finden in der Marktwirtschaft ihr Pendant in der Risikoübernahme und Haftung. Die Haftung mit dem Privatvermögen bleibt im Mittelstand stärker verbreitet als im Nicht-Mittelstand. Trotz weitgehender Entscheidungsfreiheit und Unabhängigkeit unterliegt der Mittelstand dennoch Marktzwängen. Dabei erweist er sich auch hier als weniger abhängig von spezifischen Marktpartnern und behauptet somit seine wirtschaftliche Unabhängigkeit eher als der Nicht-Mittelstand.

Einheit von Eigentum und Leitung prägt strategische Entscheidungsprozesse

Die strategischen Entscheidungsprozesse im Mittelstand spiegeln immer noch die Einheit von Eigentum und Leitung: Mittelständische Unternehmer ziehen enge Familienangehörige ins Vertrauen – beim Nicht-Mittelstand werden wichtige strategische Entscheidungen vor allem nach Rücksprache mit vertraglich gebundenen Personen getroffen. Dagegen unterscheiden sich der Mittelstand und der Nicht-Mittelstand kaum hinsichtlich des strategischen Verhaltens und der strategischen Positionierung. Die geringfügigen Unterschiede sind weniger auf mittelstandstypische Verhaltensweisen, sondern eher auf strukturelle Merkmale wie die Unternehmensgröße zurückzuführen. Die dem Mittelstand oftmals zugesprochenen Eigenheiten eines eher intuitiven strategischen Verhaltens und des geringeren strategischen Agierens können folglich als Mythen bezeichnet werden.

Definition versus selbst definiert

Wissenschaft und Wirtschaft haben eine stark divergierende Sicht auf den Mittelstand. Mit dem Konstrukt des Mittelstandsuniversums vereinigen wir beide Sichtweisen und betrachten Teilpopulationen, die sich aus übereinstimmenden (Schnittmenge) und unterschiedlichen Abgrenzungen (Differenzmengen) er-

geben. Dazu gehören der "konsistente Mittelstand", bei dem definitorischer und selbst definierter Mittelstand übereinstimmen; der Nicht-Mittelstand, der sich selbst als Mittelstand einordnet – obwohl er definitorisch nicht dazu gehört ("gefühlter Mittelstand"); der Mittelstand, der sich nicht als Mittelstand fühlt – jedoch definitorisch dazu gehört ("gefühlter Nicht-Mittelstand"). Unternehmen, die weder zum definitorischen noch zum selbst definierten Mittelstand gehören, bezeichnen wir als "Unternehmen außerhalb des Mittelstandsuniversums". Auffallend dabei: Der gefühlte Nicht-Mittelstand lässt sich als klein, jung und eher in "modernen" Wirtschaftszweigen tätig charakterisieren. Der gefühlte Mittelstand besteht aus großen, älteren Unternehmen, die eher traditionellen Wirtschaftszweigen angehören.

Definierte Abgrenzung, Werthaltungen und Organisationsform als Zeichen des Mittelstands

Alle Gruppen mit Ausnahme des gefühlten Mittelstands heben die Unabhängigkeit als ein wesentliches qualitatives Kriterium hervor. Konsistenter Mittelstand und gefühlter Nicht-Mittelstand sehen zudem die Einheit von Eigentum und Leitung als herausragendes Merkmal. Einig sind sich alle Teilgruppen darin, dass sich der Mittelstand durch spezifische Werthaltungen auszeichnet. Mit Ausnahme des gefühlten Mittelstands sehen die Teilgruppen auch die Sicherung des Lebensunterhalts durch die unternehmerische Tätigkeit als bedeutsames Mittelstandskennzeichen an. Damit bestätigen sich die Abgrenzungsmerkmale des IfM Bonn – Unabhängigkeit, Identität von Eigentum und Leitung sowie keine quantitative Obergrenze bei Umsatz oder Beschäftigten. Anders als das IfM Bonn ziehen die Unternehmen jedoch eine untere Größenschwelle bei mindestens einem Beschäftigten ein.

Herausforderung: genauere Ansprache der Teilgruppen des Mittelstands

Für die Mittelstandspolitik ist die Ansprache der verschiedenen Teilgruppen die größte Herausforderung. So sieht beispielsweise der Selbstständige, der im Sinne Ludwig Erhards klassisch zum Mittelstand gehört, sich selbst heutzutage nicht mehr als solchen an. In Folge dessen bezieht er weder die Mittelstandspolitik auf sich, noch können mittelstandspolitische Maßnahmen hier greifen. Einen möglichen Ansatzpunkt für eine moderne Ansprache bietet die Betonung des gesellschaftlichen Beitrags des Mittelstands.

→ zur Publikation " Mittelstand zwischen Fakten und Gefühl"