

Kurzfassung

Der gesellschaftliche Beitrag des Mittelstands: Konzeptionelle Überlegungen

von Friederike Welter und Susanne Schlepphorst
unter Mitarbeit von Stefan Schneck und Michael Holz

IfM-Materialien Nr. 283

Institut für
Mittelstandsforschung

IfM
BONN

www.ifm-bonn.org

Kurzfassung

Die vorliegende Studie stellt den Auftakt zu einem mehrjährigen Forschungsprojekt dar und analysiert zunächst konzeptionell, was unter dem gesellschaftlichen Beitrag des Mittelstands zu verstehen ist. In den Folgestudien wird das Konzept empirisch geprüft und verfeinert.

Gesellschaftlicher Beitrag ist Zusatznutzen wirtschaftlichen Handelns

Der gesellschaftliche Beitrag des Mittelstands ist größer als er im wirtschaftlichen Ergebnis des einzelnen Unternehmens oder der Gesamtheit aller Unternehmen abgebildet werden kann. Er definiert sich für die Gesellschaft über einen normativen Konsens dessen, was eine gute und lebenswerte Gesellschaft ausmacht. Dabei setzt die Politik den rechtlichen Rahmen für die Erbringung des gesellschaftlichen Beitrags: So ist im deutschen Grundgesetz verankert, dass der Gebrauch des Eigentums zum „Wohle der Allgemeinheit“ dienen soll.

Gesellschaftliche Komponenten in jeder wirtschaftlichen Tätigkeit

Jede unternehmerische Tätigkeit erbringt als Nebenprodukt einen mittelbaren gesellschaftlichen Beitrag. Dessen Umfang hängt jedoch vom wirtschaftlichen Ergebnis ab. Einen unmittelbaren Beitrag leisten Unternehmen, die sich für die Gesellschaft engagieren, weil es im Unternehmenszweck festgeschrieben ist oder sie hierdurch einen wirtschaftlichen Nutzen erwarten.

Einfluss der Eigentumsstrukturen auf den gesellschaftlichen Beitrag

Auch die Eigentumsstrukturen von Unternehmen beeinflussen den gesellschaftlichen Beitrag: So spielt in mittelständischen Unternehmen die persönliche Zielsetzung der Unternehmerperson eine wichtige Rolle für die Unternehmensorientierung. Haben beispielsweise das Streben nach Unabhängigkeit oder der Erhalt der Kontrolle über ein Familienunternehmen einen hohen Stellenwert für die Unternehmerperson, können diese Ziele den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens einschränken und sich negativ auf den mittelbaren gesellschaftlichen Beitrag auswirken. Stehen hingegen soziale, gesellschaftliche oder ökologische Ziele im Fokus der Unternehmerperson, wirken sich diese positiv auf den gesellschaftlichen Beitrag aus.

Regionale Verwurzelung kann sowohl Treiber als auch Barriere sein

Große Teile des Mittelstands sind mit ihrem Standort eng verbunden, wodurch sich ebenfalls ein positiver Effekt auf den gesellschaftlichen Beitrag ergibt – nicht zuletzt, wenn die Unternehmen maßgeblich zur regionalen Entwicklung beitragen. Jedoch können gesellschaftliche Erwartungen aus der Region auch das wirtschaftliche Handeln negativ beeinflussen, wenn Unternehmen gesellschaftliches Engagement über die wirtschaftliche Tätigkeit stellen. Entsprechend werden dann die Möglichkeiten zur Erbringung des gesellschaftlichen Beitrags geschmälert.

Gesellschaftlicher Beitrag in Krisenzeiten

Krisen beeinträchtigen diejenigen gesellschaftlichen Beiträge des Mittelstands, die sich aus der wirtschaftlichen Betätigung ergeben. Besonders stark betroffene Wirtschaftszweige könnten ihre Investitionen und Ausbildungsleistung einschränken. Parallel hierzu geht vom Mittelstand in Krisen aber auch eine stabilisierende Wirkung auf Wirtschaft und Gesellschaft aus: So halten mittelständische Unternehmen in der Regel so lange wie dies wirtschaftlich möglich ist, an ihren Beschäftigten fest. Verbindlichkeit und Verlässlichkeit – Werte des Mittelstands – können die Unsicherheit der Marktteilnehmer reduzieren. Diesen gesellschaftlichen Beitrag des Mittelstands honorieren Teile der Bevölkerung dadurch, dass sie die mittelständischen Unternehmen in der akuten Krise durch lokale Initiativen unterstützen.

Der gesellschaftliche Beitrag des Mittelstands: vom Konzept zur Messung

Diese Studie entwickelt ein Konzept, das die vielschichtigen Einflüsse auf den Beitrag des Mittelstands zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen erfasst. Im weiteren Projektverlauf werden einzelne Aspekte des gesellschaftlichen Beitrags des Mittelstands empirisch untersucht, zunächst näherungsweise anhand vorhandener Datenquellen. Anschließend wird der Prozess der gesellschaftlichen Wertschöpfung des Mittelstands mittels regionaler Fallstudien im Detail beleuchtet. Die Ergebnisse sollen in Vorschläge für die Entwicklung neuer bzw. die Erweiterung bestehender Indikatoren zur Erfassung des gesellschaftlichen Beitrags und in Handlungsempfehlungen für die Mittelstandspolitik einfließen.