

IfM-Standpunkt 2:

Vielfalt schafft Vertrauen

Die Existenzgründerzahlen sind auch im vergangenen Jahr wieder gesunken. Manch einer zeichnet auf Grund dessen bereits ein düsteres Bild: Demnach sei das Unternehmertum ein aussterbendes Modell – oder zumindest sei die Gefahr gegeben, dass Unternehmer zu "Exoten" würden. Stimmt das? Wird es in Zukunft tatsächlich kaum noch Unternehmertum geben? Ich bin da optimistischer: Unternehmertum hat es immer gegeben und wird es auch immer geben.

Allerdings ist in der Öffentlichkeit auch das Bild vom Unternehmer als "besonders mutigen, heroischen und innovativen" Menschentyp nicht mehr gültig, wie es im Zuge der Industrialisierung entstand: Personen wie der soziale Aufsteiger August Borsig, alteingessene Kaufleute wie die Familie Harkort oder Erfinder wie Werner von Siemens verkörperten damals den rasanten technischen Fortschritt. Sie standen sowohl für wirtschaftliche Entwicklung und Innovationen als auch für Tradition und für ein Modell des fürsorglichen Unternehmertums: Der Inhaber und seine Familie sorgten für die Arbeiter – auch außerhalb der Arbeit. Ein prominentes Beispiel ist die Margarethenhöhe in Essen, eine Wohnsiedlung für Arbeiter, die 1906 von Margarethe Krupp begründet wurde. Andere Beispiele sind Betriebsschulen für die Kinder der Arbeiterfamilien, durch die natürlich auch frühzeitig eine Bindung an das Unternehmen erreicht wurde. Oder die ersten freiwilligen betrieblichen Sozialleistungen wie Zuschüsse zu Wohnungsbau oder Betriebskrankenkassen, wie sie Alfred Krupp bereits 1836 einführte. Natürlich hatte diese Fürsorge auch eine andere Seite: Dahinter steckte zugleich der Versuch, die Arbeiter zu binden und zu "entpolitisieren".



Es wundert daher auch nicht, dass die Unternehmerpersönlichkeiten, die nicht nur im 19. Jahrhundert die Industrialisierung, sondern auch im 20. Jahrhundert den Wiederaufbau nach dem zweiten Weltkrieg maßgeblich vorantrieben, vor allem die Entrepreneurforschung inspirierten. Was macht eigentlich einen typischen Unternehmer aus? Wie tickt er? Ist dies angeboren? Kann man das lernen? Und, ganz wichtig: Kann man das lehren? Mit Fragen wie diesen beschäftigten sich viele Wissenschaftler.

Lange Zeit trug folglich auch die Wirtschaftswissenschaft das ihre zum Bild des "heroischen, elitären Unternehmers" bei: So konstatierte Joseph Schumpeter, "dass jemand grundsätzlich nur Unternehmer ist, wenn er eine neue Kombination durchsetzt." Dafür prägte Schumpeter den Begriff der "schöpferischen Zerstörung" – Unternehmertum fand also (vermeintlich) nur dort statt, wo Neues das Alte besiegte.

Gleichwohl stellten sich auch die Manager von Weltkonzernen, die selbst ja irgendwann einmal aus dem Mittelstand erwachsen waren, Fragen, wie beispielsweise, ob der anfängliche Unternehmergeist bewahrt werden könne und ob eine Organisation zwangsläufig ihre Kreativität verliere, sobald sie wächst und Führungskräfte das Tagesgeschäft übernehmen? Diese Suche nach dem Unternehmergeist bewegte daraufhin die Manager manch großer Konzerne dazu, Unternehmensteile auszugliedern. Damit wollte man die Flexibilität von kleinen Unternehmen doch wenigstens nachahmen können.

Heute sind wir Wissenschaftler uns darüber bewusst, dass sich Unternehmertum nicht mehr wie früher auf den "besonders mutigen, heroischen und innovativen" Menschentyp beschränken lässt. Vielmehr profitiert die Gesellschaft von allen kreativen Menschen und Querdenkern, von unternehmerisch handelnden und unternehmerisch denkenden Menschen in allen Bereichen. Damit rückt die Alltäglichkeit des unternehmerischen Handelns in den Vordergrund. Oder anders ausgedrückt: Die Traditionsunternehmen von heute, das waren die Gründer und Start-ups von gestern. Und die Gründer und Start-ups von heute, das werden – auf irgendeine Art und Weise – die Traditionsunternehmen von morgen sein.

Schon der österreichisch-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Ludwig von Mises äußerte die Ansicht, dass "in einer realen und lebendigen Wirtschaft jeder Akteur immer ein Unternehmer" sei. Gerade diese gestalterische Frei-

heit, die sich hinter dem Konzept in all seinen Facetten verbirgt, das Gestalten von etwas Neuem oder das Neugestalten von etwas Bewährtem – all das macht das Unternehmertum so faszinierend. Und deshalb ist Unternehmertum auch nicht etwas gestriges. Wir müssen daher auch keine Sorge haben, dass es in nächster Zukunft verschwindet oder ausstirbt.

Im Gegenteil, es ist äußerst zukunftsfähig. Gerade in der heutigen Zeit gilt doch mehr denn je, dass wir uns die Zukunft zu eigen machen und mitgestalten wollen. Und gerade die Vielfalt des Unternehmertums, die wir heute beobachten können, schafft Vertrauen. Vertrauen darauf, dass Unternehmertum immer etwas Neues schaffen kann und wird, und sei es im ersten Anlauf "nur" den eigenen Arbeitsplatz.

Erschienen am 13.01.2014 im Handelsblatt, S. 48.