

IfM-Standpunkt

Nr. 28

Die Vielfalt sehen

Im März 2018 ist die Bundesregierung mit dem Anspruch angetreten, "die Soziale Marktwirtschaft zu erneuern, zu stärken und zukunftsfest zu machen" sowie "die Rahmenbedingungen für Unternehmen zu verbessern." Welche Rolle spielt dabei die Mittelstandspolitik?

Jahrzehntelang war Mittelstandspolitik unternehmensgrößenbezogene Strukturpolitik oder KMU-Politik, also Politik für kleine und mittlere Unternehmen. Im Zentrum stand die Förderung von Unternehmen, die beispielsweise aufgrund ihrer Größe, ihrer Ressourcenverfügbarkeit oder ihrer Bestandsfestigkeit gegenüber Unternehmen, die zu einer Konzerngruppe gehören, benachteiligt erschienen. Oder sie förderte selektiv einzelne Gruppen innerhalb des Mittelstands. Diese Positionierung der Mittelstandspolitik und ihr starker Fokus auf einzelbetriebliche Förderung sind allerdings nicht mehr zeitgemäß, weil sich der Mittelstand – auch als Folge der raschen Digitalisierung – stark gewandelt hat. In den vergangenen Jahrzehnten ist eine Vielzahl von anderen Formen des Wirtschaftens entstanden – stellvertretend hierfür seien nur die Sharing Economy, Tech-Startups oder die Soloselbstständigkeit erwähnt. Auch ist es heute nicht mehr außergewöhnlich, wenn einzelne Personen ein Unternehmen gründen – ohne Beschäftigte einstellen zu wollen. Sie schließen sich stattdessen auftragsbezogen und temporär mit anderen Unternehmern zusammen, die entsprechende Expertise besitzen – auch weltweit. Daneben finden sich immer wieder Gründer, die sich bewusst nur für eine gewisse Zeit unternehmerisch betätigen – sei es, weil sie ihre Unternehmensidee möglichst teuer verkaufen möchten oder sei es, dass sie irgendwann eine Festanstellung dem unternehmerischen Risiko vorziehen. Andere wiederum gründen ein Unternehmen – und richten ihre Produktions- und Organisationsweise nach sozialen Gesichtspunkten aus. Gewinne und betriebliches Wachstum spielen dabei nur eine untergeordnete Rolle.

Es ist also höchste Zeit, die Mittelstandspolitik strategisch weiterzudenken. Das Leitbild für eine moderne und zukunftsorientierte Mittelstandspolitik darf dabei nicht länger der Nachteilsausgleich sein. Stattdessen sollte es das wirt-

Institut für
Mittelstandsforschung

IfM
BONN

www.ifm-bonn.org

Das IfM Bonn ist eine Stiftung
des privaten Rechts.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



schaftliche und gesellschaftliche Potenzial betonen, das der Mittelstand in all seiner Vielfalt für den Erhalt und die Erneuerung der sozialen Marktwirtschaft mitbringt.

Noch immer wird aber in der Öffentlichkeit – und mitunter auch in der Wirtschaftspolitik – Mittelstand schnell mit Industrie, Hidden Champions, Beschäftigungswachstum und technologischen Innovationen gleichgesetzt. In Folge dessen werden aber beispielsweise all jene ausgegrenzt und nicht als Mittelstand wahrgenommen, die alleine wirtschaften, die nicht-technologische oder soziale Innovationen hervorbringen und denen gesellschaftliche Ziele wichtiger sind als Beschäftigungswachstum.

Entsprechend wundert es auch nicht, dass Gründer und Unternehmer sich umso seltener als Mittelstand verstehen, je kleiner ihre Unternehmen sind. Doch auch wenn jeder dieser Soloselbstständigen und Kleinstunternehmer für sich alleine keinen herausragenden Beitrag zur volkswirtschaftlichen Entwicklung leisten mag – zusammengenommen tun sie dies zweifellos: Sie übernehmen unternehmerisches Risiko, sie bringen neue Ideen ein und sie tragen Verantwortung. Nicht zu unterschätzen ist zudem der Beitrag, den sie für das gesellschaftliche Ansehen von Unternehmertum, für Selbstbestimmtheit und Teilhabe leisten – all das sind wichtige Attribute der sozialen Marktwirtschaft.

Aufbauend auf einem mittelstandspolitischen Leitbild, das den Mittelstand in seiner ganzen Vielfalt berücksichtigt, gilt es daher für die Mittelstandspolitik, generelle Anreize für eine unternehmerische Betätigung zu bieten. Der ordnungspolitische Rahmen sollte dabei so gestaltet sein, dass die Potenziale des gesamten Mittelstands ausgeschöpft werden können.

Zugleich darf die Mittelstandspolitik nicht länger als ein spezieller Teil der allgemeinen Wirtschaftspolitik angesehen werden, der zur Erreichung der wirtschaftspolitischen Ziele insgesamt beiträgt. Denn tatsächlich ist Mittelstandspolitik mehr: Sie ist eine ressortübergreifende Querschnittsaufgabe. Im Sinne einer rahmenorientierten Mittelstandspolitik ist es daher wichtig, den Mittelstand in allen wesentlichen Politikbereichen mit zu berücksichtigen – sowohl, wenn es um Umweltauflagen, Förderung des unternehmerischen Klimas, als auch wenn es um infrastrukturelle und – wie aktuell – um digitale Maßnahmen geht.

Erste Ansätze hierzu gibt es bereits: So werden beispielsweise seit einigen Jahren Regelungsvorhaben im Hinblick auf den Erfüllungsaufwand und die Belastungen für kleine und mittlere Unternehmen abgeschätzt. Ein anderer Bereich ist das Wettbewerbsrecht: Hier gilt es für alle mittelständischen Unternehmen die gleichen Bedingungen zu schaffen – gleich, ob es sich um ein traditionsreiches großes Familienunternehmen im ländlichen Raum, einen Hand-

werksbetrieb in der Stadt oder um ein digitalaffines Startup in einer der großen Metropolen handelt.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Die Anforderungen an die heutige Mittelstandspolitik sind vielfältig. Und auch ihre Umsetzung ist komplex, da sie sich im Spannungsfeld zwischen dem befindet, was auf Länder-, Bundes-, und EU-Ebene politisch und gesellschaftlich wünschenswert ist, und dem, was der Mittelstand selbst fordert. Mittelstandspolitik strategisch weiterzudenken, bedeutet daher auch, sich dieser vielfältigen Anforderungen bewusst zu werden und Prioritäten zu setzen.

Angesichts dieser Herausforderungen ist es nachvollziehbar, wenn der Blick der Politik sich schnell wieder allein auf die Förderung von Unternehmen bzw. deren Inhaber und Inhaberinnen richtet – schließlich sind dies die Wähler der nächsten Regierung. Auch lassen sich Erfolge in der einzelbetrieblichen Mittelstandsförderung medienwirksamer aufbereiten als zeitaufwändige Abstimmungsprozesse, die mit einer ressortübergreifenden rahmenorientierten Mittelstandspolitik einhergehen. Auf längerer Sicht ist eine solche Vorgehensweise jedoch für den Mittelstand insgesamt nicht förderlich.

Stattdessen ist es sinnvoller und wichtiger, einen breiten Dialog darüber zu führen, was den heutigen Mittelstand ausmacht, wie er in seiner Vielfalt angesprochen werden und wie das allgemeine Umfeld für Unternehmertum verbessert werden kann. Im Zuge dessen sollte auch darüber diskutiert werden, wie die Politik Anreize setzen und Rahmen-(Bedingungen) gestalten kann, damit auch zukünftig der Mittelstand in seiner gesamten Vielfalt als Marke "made in Germany" angesehen wird. Erst dann werden die politisch Verantwortlichen ihrem selbst gesetzten Anspruch, die soziale Marktwirtschaft zu erneuern, zu stärken und zukunftsfest zu machen, auch wirklich gerecht.

Erschienen am 5.11.2018 in Süddeutsche Zeitung, S. 16.