

Editorial: Psychologie des Unternehmertums

Peter G. Richter*

* Kontaktadresse: Prof. Dr. Peter G. Richter / Technische Universität Dresden / Institut für Arbeits-, Organisations- und Sozialpsychologie / D-01062 Dresden / 0351-463 33587 / peri@psychologie.tu-dresden.de

Im Fokus psychologischer Unternehmerforschung stehen bereits von Beginn an Klein- und Mittelständische Unternehmen (KMU), da in ihnen die Person des Unternehmers offensichtlich von besonderer Bedeutung ist.

Denkt man weiter über Sinn und Zweck dieser Forschung nach, dann sollte man sich verschiedene Dinge vergegenwärtigen.

KMU sind von immenser Bedeutung für flexible und dynamische Volkswirtschaften auch und besonders im Prozess von Europäisierung und Globalisierung.

Für die Bundesrepublik Deutschland sollen dies einige wenige Fakten zeigen:

So gab es im Jahr 2000 in der BRD rund **3,3 Millionen** Klein- und Mittelständische Unternehmen mit ca. **20,1 Millionen** Beschäftigten. Diese

- stellten **99,7 %** aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmungen in Deutschland dar,
- erwirtschafteten **43,2 %** aller steuerpflichtigen Umsätze,
- beschäftigten rund **69,7 %** aller Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen und
- bildeten rund **83,0 %** aller Lehrlinge aus (Quelle: Institut für Mittelstandsforschung, Bonn).

Demgegenüber stehen rückläufige resp. stagnierende Gründungsaktivitäten der Periode nach dem II. Weltkrieg, die bis Anfang der 1980er Jahre zu einem sehr deutlichen Rückgang der Selbstständigenrate in der BRD geführt haben (Abb. 1)¹.

Diese Entwicklung ist vor allem deswegen von besonderer Bedeutung, als in der BRD – im Gegensatz zur DDR und anderen osteuropäischen Staaten – keine offizielle oder inoffizielle Doktrin zur Unterdrückung von Selbstständigkeit und Unternehmertum existierte, die einen Erklärungsansatz liefern könnte.

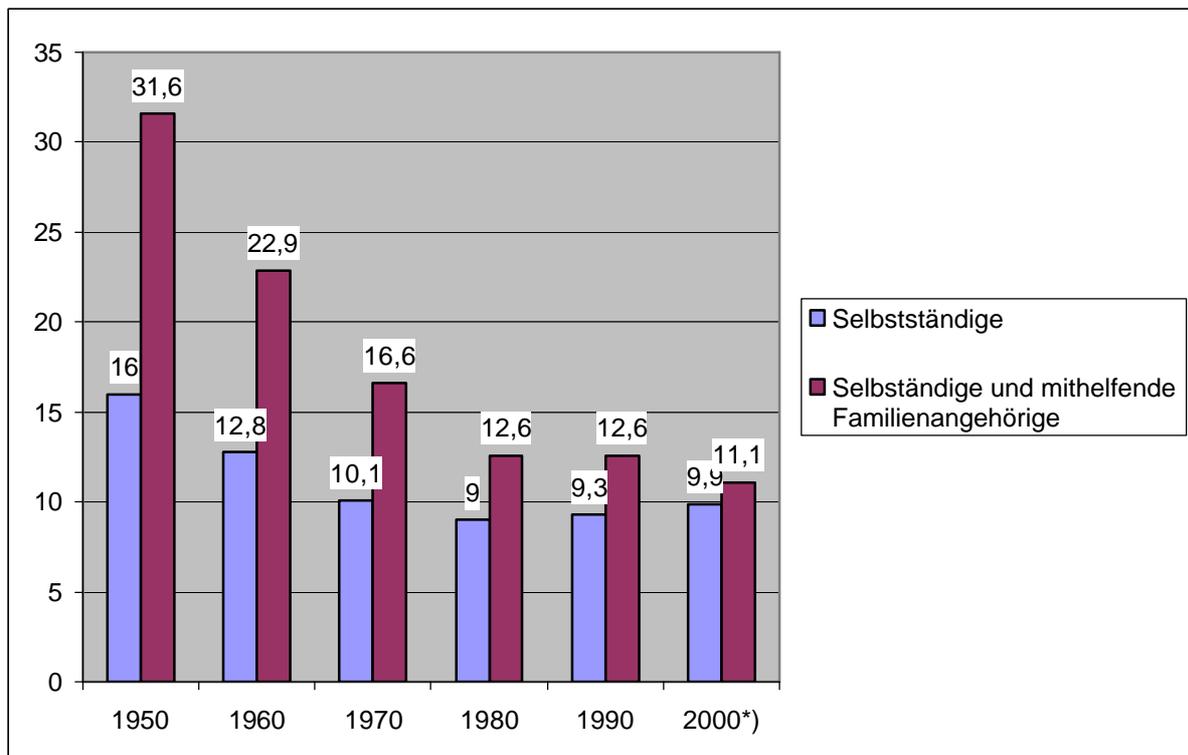


Abb. 1 Entwicklung der Selbstständigenquote (%) in der Bundesrepublik Deutschland
Quelle: Statistisches Bundesamt *) Alte und Neue Bundesländer

¹ Der geringfügige Anstieg der „reinen“ Selbstständigkeitsquote zwischen 1980 und 2000 kann ein Ausdruck demografischer Veränderungen sein: Da immer weniger verheiratete Paare existieren, finden sich möglicherweise unverheiratete, aber gemeinsam lebende Selbstständige zunehmend in dieser Kategorie wieder. Das würde auch erklären, dass der Anteil mithelfender Familienangehöriger im gleichen Zeitraum weiter sinkt.

„Historiker ...“ – so der Zukunftsforscher MATTHIAS HORX – „ ... sind sich heute nicht ganz einig darüber, warum Menschen das Selbständigkeits-Prinzip gegen die Sicherheiten, aber auch *Bindungen* der Lohnabhängigkeit eintauschten.“ (HORX, 2004, S. 3)

Es ist nahe liegend, die Frage nach dem Warum auch an andere humanwissenschaftliche Fachdisziplinen zu stellen.

Fragt man nach den möglichen psychologischen Hintergründen dieser Entwicklung, so sind zunächst zwei prominente Hypothesen zu nennen, die bereits in den 1970ern von Wirtschaftspsychologen formuliert wurden. SIMONTON (1975) vertrat die Meinung, dass dies mit der Verfügbarkeit oder Nichtverfügbarkeit von Rollenmodellen zur beruflichen Selbstständigkeit im Zusammenhang stehen könnte. STRÜMPEL (1976) ging davon aus, dass es - möglicherweise auf dem Hintergrund der 1968er Bewegung und deren Folgen - zu einer Eintrübung des Unternehmerbildes gekommen sein könnte.

Das sind mit Sicherheit nicht alle denkbaren psychologischen Erklärungsansätze. Neuere kulturvergleichende Studien verweisen auf weitere psychologische Variable, die besonders für Deutschland relevant sein könnten. So findet der Global Entrepreneurship Monitor (GEM) trotz günstiger objektiver Rahmenbedingungen für Neugründungen (z. B. Verfügbarkeit von Fördermitteln, etc.), dass die Angst vor dem Scheitern als Unternehmer in Deutschland - verglichen mit Staaten weltweit - besonders ausgeprägt ist (STERNBERG et. al. 2004).

Wenn neben den so genannten harten Rahmenbedingungen auch die angedeuteten weichen Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Selbstständigkeit und Unternehmertum von Bedeutung sind, so ist es an der psychologisch orientierten Unternehmerforschung, die dahinter stehenden psychischen Mechanismen und Prozesse zu erkennen. Darüber hinaus müsste belegt werden, dass es auch mit psychologisch begründeten Maßnahmen möglich ist, Selbstständigkeit und Unternehmertum zu fördern.

Zweifellos hat die - seit den 1990ern im deutschsprachigen Raum deutlich erkennbare - psychologische Forschung dazu bedeutsame Beiträge geliefert.

Erinnert sei vor allem an die Arbeiten zur erfolgreichen Gründung und Führung von Klein- und Mittelständischen Unternehmen (z. B. SATTES u. a., 1995; FRESE, 1998; MOSER, BATINIC & ZEMPEL, 1999). Neuere Veröffentlichungen haben den Blick auf die psychologisch relevanten Hintergründe für den gesamten Sozialisationsprozess von Selbstständigen und Unternehmern von der Kindheit und Jugend bis hin zur Geschäftsaufgabe ausgeweitet (LANG-VON WINS, 2004).

Auf diesem Hintergrund war es sehr erfreulich, als sich im Rahmen des 44. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Psychologie im September 2004 eine Gruppe von Psychologinnen und Psychologen zusammenfand, die den aktuellen Stand verschiedener Forschungsansätze und -linien im deutschsprachigem Raum darstellte und diskutierte. Alle Beiträge liegen jetzt in schriftlicher Fassung vor. Die folgende Zusammenstellung orientiert sich im Rahmen der angedeuteten erweiterten Perspektive an den Phasen im Gesamtprozess beruflicher Sozialisation von Selbstständigen und Unternehmern.

Im Beitrag von SCHMITT-RODERMUND wird vor allem die Kindheit und Jugend späterer Unternehmensgründer beleuchtet. Nachdem bereits in retrospektiven Analysen der Einfluss von familiärem Hintergrund und Persönlichkeitsmerkmalen auf erfolgreiche Gründung und Führung eines Unternehmens gezeigt werden konnte, werden hier die Ergebnisse einer prospektiven Sekundäranalyse berichtet. Dieser Datensatz reicht von 1922 bis 1986. Er wird auf dem Hintergrund eines Entwicklungsmodells ausgewertet, welches Entwicklung als Handeln im Kontext begreift. Wie die Ergebnisse dieser Auswertung nahe legen, können Kontexte zur Förderung von Kreativität, Autonomie und Führungsqualitäten bereits in frühen Entwicklungsphasen ihre positiven Wirkungen entfalten.

Neben dem familiären Hintergrund ist auch die Institution Schule – zu Beginn der zweiten Phase der Sozialisation – für die Förderung von Selbstständigkeit und Unternehmertum von Bedeutung. KORUNKA & FRANK haben sich besonders mit den Effekten wirtschaftsbezogener Bildung auf die Entwicklung von unternehmerischen Einstellungen und Kompetenzen auseinandergesetzt. Sie zeigen mit Hilfe eines selbstentwickelten Fragebogens nicht nur Defizite im ökonomischen Wissen und Verständnis sowie einschlägigen Alltagsfertigkeiten und Erfahrungen bei Schülern

auf. In einer ersten explorativen Studie belegen Sie anhand logistischer Regressionen auch, dass neben Umweltfaktoren gerade diese Fertigkeiten und Erfahrungen Prädiktoren für unternehmerische Orientierung bei Schülern sein können. Ein Zusammenhang zu ökonomischen Verständnis und Wissen ist dagegen nicht nachweisbar.

MÜLLER legt den Fokus auf den Zusammenhang von Eignungs- und Kompetenzmerkmalen von Studierenden mit deren unternehmerischer Berufsorientierung. Er kann anhand seiner Untersuchung nicht nur zeigen, dass vor allem Fertigkeiten im Bereich der Selbstführung im positiven Zusammenhang mit unternehmerischer Orientierung stehen. Er leitet auch Schlussfolgerungen für die universitäre Förderung von Selbstständigkeit bei Studierenden als besonders bedeutsame Zielgruppe in Bezug auf Unternehmensgründungen ab.

Das Studium als wichtige Phase im berufsbezogenen Lern- und Sozialisationsprozess steht ebenfalls im Mittelpunkt des Beitrages von JACOB & RICHTER. Mehrere repräsentative Querschnittstudien dienen neben der Entwicklung eines deskriptiven Modells zur Vorhersage studentischer Gründungsabsichten vor allem der Entwicklung eines Messinstrumentes für deren Erhebung. Retrospektive Analysen stellen den Bezug zu Determinanten in vorangegangenen Sozialisationsphasen her. Die ernüchternden Ergebnisse von drei Interventionsstudien verweisen zunächst auf die Grenzen der (Weiter-)Entwicklung von Gründungsintentionen im universitären Kontext. Allerdings lassen sich aus deren Diskussion Ansätze für alternative Formen der Förderung von Gründungsmotivationen ableiten.

KIESCHKE & SCHAARSCHMIDT berichten über eine Längsschnittstudie bei Existenzgründern mit dem Fokus auf gesundheitsrelevante Bewältigungsmuster. Damit gerät - neben den klassischen betriebswirtschaftlichen Erfolgsfaktoren - die Erhaltung der Gesundheit bei der Führung von Unternehmen in das Blickfeld. Die Entwicklung der eigenen Handlungsfähigkeit durch den Unternehmer ist eine entscheidende Voraussetzung für mittel- und langfristigen Unternehmenserfolg. Aus den Untersuchungsergebnissen ist nicht nur weiterer Forschungsbedarf für die erfolgreiche Führung von KMU ableitbar. Ebenso bedeutsam sind praktische

Konsequenzen zur Förderung der Gesundheit von Unternehmern sowie deren Mitarbeitern.

Die Aufgabe resp. Übergabe des Geschäftes an Nachfolger ist ein Problem, welches immer mehr Unternehmer betrifft. BREITENSTEIN & LANG-VON WINS widmen sich diesem Problemfeld aus einer interdisziplinären Perspektive mit psychologischem Fokus. Der Beitrag stellt ein theoretisches Modell zu Rückzugsentscheidungen von Unternehmern vor, welches anhand zweier Untersuchungen an Seniorunternehmern einer ersten empirischen Überprüfung unterzogen wird. Damit können für eine bislang kaum untersuchte Phase der Unternehmensführung wichtige Determinanten erkannt sowie eine Erweiterung des Modells vorgenommen werden. Praktische Konsequenzen liegen vor allem darin, die erfolgreiche Weiterführung von Unternehmen durch einen angemessenen Prozess der Übergabe an geeignete Nachfolger zu sichern.

Der abschließende Beitrag von STEPHAN u. a. greift die kulturvergleichende Perspektive auf. Ausschnittweise wird über ein umfangreiches Projekt berichtet, welches den Zusammenhang zwischen einer so genannten Kultur der Selbständigkeit und der Entwicklung des Unternehmertums in den Transformationsökonomien Mittel- und Osteuropas zum Gegenstand hat. Konkret geht es um die Frage, welche Unterschiede im Unternehmerbild zwischen Polen, Tschechien und Deutschland bestehen und wie sich die Sicht verschiedener Bevölkerungsgruppen auf Selbstständige und Unternehmer seit Ende der 1980er Jahre verändert hat. Die Untersuchung von Veränderungen und deren Folgen in derartigen Studien ist notwendig, um den psychologischen Hintergrund im Prozess der Sozialisation von Selbstständigen und Unternehmern unter verschiedenen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen besser zu verstehen.

Unabhängig davon, dass aus den vorliegenden Beiträgen eine Vielzahl neuer Erkenntnisse für eine Psychologie des Unternehmertums abzuleiten sind, ist es noch ein weiter Weg bis zu einem grundsätzlichen und umfassenden Verständnis dieses Phänomens aus psychologischer Sicht. Für weitere Forschungen gibt es einen entsprechend großen Bedarf. Wenn die komplexen psychologisch relevanten Ursache-Wirkungs-Beziehungen noch besser erkannt sind, können aus Sicht

unseres Faches fundiertere Schlussfolgerungen für die Förderung von Selbstständigkeit und Unternehmertum als wichtige Bedingung einer offenen und flexiblen - zunehmend globalen - Gesellschaft abgeleitet werden.

Literatur

- Frese, M. (Hrsg.) (1998). *Erfolgreiche Unternehmensgründer*. Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie
- Horx, M. (2004). Die selbstständige Gesellschaft. *Vortragsmanuskript*. Go! Kongress Kultur der Selbstständigkeit. Welchen Beitrag können Bildungssysteme leisten? (www.go.nrw.de)
- Lang-von Wins, Th. (2004). *Der Unternehmer – Arbeits- und organisationspsychologische Grundlagen*. Berlin, Heidelberg: Springer
- Moser, K., Batinic, B. & Zempel, J. (Hrsg.) (1999). *Unternehmerisch erfolgreiches Handeln*. Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie
- Sattes, I., Brodbeck, H., Lang, H.-L. & Domeisen, H. (Hrsg.) (1995). *Erfolg in kleineren und mittleren Unternehmen*. Zürich: Verlag der Fachvereine
- Simonton, D. K. (1975). Sociocultural context of individual creativity: A transhistorical timeseries analysis. *Journ. Of. Pers. and Soc. Psych.* 32, 1119 – 1133
- Sternberg, R., Bergmann, H. & Lückgen, I. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor – Länderbericht Deutschland 2003*. Köln: Wirtschafts- und Sozialgeographisches Institut, Universität zu Köln.
- Strümpel, B. (1976). *Economic means for human needs*. Ann Arbor: Institute for Social Research, University of Michigan