

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Problemstellung und Aufbau der Untersuchung</b>	19
1.	Untersuchungsgegenstand . . . . .	19
2.	Methodisches Vorgehen . . . . .	21
3.	Aufbau der Untersuchung . . . . .	22

### Erstes Kapitel

	<b>Auf dem Weg zu einer „neuen Kultur der Selbständigkeit“</b>	24
1.	Empirische Annäherungen . . . . .	24
1.1.	Selbständigkeit als wirtschaftsstrukturelles und sozio-kulturelles Phänomen . . . . .	24
1.1.1.	Selbständigkeit und wirtschaftliche Entwicklung . . . . .	24
1.1.2.	Selbständigenkultur und „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	28
1.2.	Gründung und berufliche Selbständigkeit in Deutschland . . . . .	30
1.2.1.	Entwicklung . . . . .	30
1.2.2.	Bedeutung für den Wirtschaftsprozeß . . . . .	35
2.	Der theoretische Untersuchungsansatz . . . . .	37
2.1.	Bedeutung der „Kultur“ für den Wirtschaftsprozeß . . . . .	37
2.1.1.	Unternehmer in der Wirtschafts- und Sozialforschung . . . . .	37
2.1.2.	Die „culture matters“-These der ökonomischen Entwicklungsforschung und der Wirtschaftssoziologie . . . . .	38
2.1.3.	Kulturelle Aspekte aus Sicht der ökonomischen Theorie des Unternehmertums . . . . .	39
2.1.4.	Kulturelle Aspekte aus institutionentheoretischer Sicht . . . . .	40
2.1.5.	Annäherung der Positionen . . . . .	41
2.2.	Konzeptionelle Überlegungen . . . . .	41
2.3.	Einflußmöglichkeiten der Wirtschaftspolitik . . . . .	45

## Zweites Kapitel

### **Die Mikrodimension: Eigeninitiative und Risikobereitschaft – Individuelle Voraussetzungen für eine „Kultur der Selbständigkeit“** 47

1.	Konzeptionelle Ansätze . . . . .	47
2.	Soziale Struktur der Selbständigen, Geschäftsgründung und Geschäftserfolg . . . . .	53
2.1.	Soziale und demographische Struktur . . . . .	53
2.2.	Der Start in die Selbständigkeit . . . . .	55
2.3.	Selbständige als Arbeitgeber . . . . .	57
2.4.	Sicherheit der selbständigen Existenz . . . . .	60
2.5.	Bewertung der eigenen beruflichen Situation . . . . .	63
3.	Einstellungen zur Selbständigkeit in den Bevölkerungsgruppen . . . . .	65
3.1.	Image der Selbständigkeit . . . . .	65
3.2.	Berufliche Selbständigkeit als Ziel . . . . .	69
3.3.	Gründe gegen eine berufliche Selbständigkeit . . . . .	73
3.4.	Persönliche Orientierungen: Leistungsorientierung, Eigeninitiative und Risikobereitschaft . . . . .	73
4.	Beeinflussbarkeit von Einstellungen, Verhaltensweisen und Fähigkeiten . . . . .	78

## Drittes Kapitel

### **Die Mesodimension: Die Infrastruktur für die „Kultur der Selbständigkeit“ – Intermediäre Institutionen** 80

1.	Die Infrastruktur aus der Netzwerkperspektive . . . . .	80
2.	Infrastruktur für Gründung und Selbständigkeit in Deutschland . . . . .	84
2.1.	Kammern . . . . .	84
2.1.1.	Aufgaben- und Dienstleistungsspektrum . . . . .	86
2.1.2.	Verbesserungspotentiale des Dienstleistungsangebots . . . . .	96
2.1.3.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	99
2.2.	Mittelstandsnahe Verbände . . . . .	102
2.2.1.	Dienstleistungsinfrastruktur . . . . .	103
2.2.2.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	106

2.3.	Technologie- und Gründerzentren . . . . .	108
2.3.1.	Dienstleistungsangebot für Selbständige und KMU . . . . .	109
2.3.2.	Evaluation der Technologie- und Gründerzentren . . . . .	110
2.3.3.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	111
2.4.	Forschungseinrichtungen, Gemeinschaftsforschung und Transfer- agenturen . . . . .	113
2.5.	Kapitalbeteiligungsgesellschaften . . . . .	116
2.5.1.	Bedeutung unterstützender Dienstleistungen . . . . .	116
2.5.2.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	117
2.6.	Banken . . . . .	119
2.6.1.	Bedeutung unterstützender Dienstleistungen . . . . .	119
2.6.2.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	120
3.	Die Infrastruktur für Gründung und Selbständigkeit in anderen Ländern . . . . .	120
3.1.	Großbritannien . . . . .	122
3.1.1.	Politische Leitbilder und staatliche Organisation der Förderung . . . . .	122
3.1.2.	Förderinstrumente . . . . .	122
3.1.3.	Institutionelle Ausgestaltung . . . . .	123
3.1.4.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	125
3.2.	Vereinigte Staaten von Amerika . . . . .	126
3.2.1.	Politische Leitbilder und staatliche Organisation der Förderung . . . . .	126
3.2.2.	Förderinstrumente und institutionelle Ausstattung . . . . .	126
3.2.3.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	128
3.3.	Japan . . . . .	128
3.3.1.	Politische Leitbilder . . . . .	128
3.3.2.	Förderinstrumente und institutionelle Ausgestaltung . . . . .	128
3.3.3.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	131
3.4.	Frankreich . . . . .	131
3.4.1.	Politische Leitbilder . . . . .	131
3.4.2.	Förderinstrumente, Organisation der Förderung und institutio- nelle Infrastruktur . . . . .	132
3.4.3.	Institutionelle Ausgestaltung . . . . .	133
3.4.4.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	135
3.5.	Niederlande . . . . .	135
3.5.1.	Politische Leitbilder . . . . .	135
3.5.2.	Förderinstrumente und institutionelle Ausgestaltung . . . . .	136
3.5.3.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	138
3.6.	Unterschiede bei der Förderung . . . . .	138
3.6.1.	Finanzierungshilfen . . . . .	139
3.6.2.	Realtransfers . . . . .	139
3.7.	Unterschiede in der institutionellen Ausgestaltung . . . . .	141
3.7.1.	Zuständigkeit im politisch-administrativen System . . . . .	142
3.7.2.	Arbeitsteilung zwischen staatlichen und nicht-staatlichen Institu- tionen . . . . .	142
3.7.3.	Folgerungen aus dem Governance-Ansatz . . . . .	145
4.	Schlußfolgerungen . . . . .	146

## Viertes Kapitel

### **Die Makrodimension: Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für eine „Kultur der Selbständigkeit“** 150

1.	Ordnungspolitik . . . . .	150
1.1.	Qualifikationsbezogene Regulierung des Zugangs zur Selbständigkeit . . . . .	150
1.2.	Regulierung des Zugangs zur Selbständigkeit durch öffentliche Aufgaben . . . . .	153
1.2.1.	Bedeutung öffentlicher Leistungen für Selbständige . . . . .	153
1.2.2.	Perspektiven . . . . .	154
1.3.	Sektorale Regulierungen . . . . .	157
1.4.	Ordnungspolitische Rahmenbedingungen für Mitarbeiterbeteiligung . . . . .	158
1.4.1.	Ausgestaltung der Mitarbeiterbeteiligung . . . . .	158
1.4.2.	Mitarbeiterbeteiligung und Kultur der Selbständigkeit . . . . .	159
2.	Anreizwirkungen des Steuer-Transfer-Systems . . . . .	161
2.1.	Einkommen . . . . .	161
2.2.	Steuersystem . . . . .	162
2.2.1.	Einflüsse auf den Relativpreis der Selbständigkeit . . . . .	162
2.2.2.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	168
2.3.	Soziale Sicherung . . . . .	170
2.3.1.	Bedeutung der sozialen Absicherung . . . . .	170
2.3.2.	Das System der sozialen Sicherung . . . . .	171
2.3.2.1.	Rentenversicherung . . . . .	171
2.3.2.2.	Kranken- und Pflegeversicherung . . . . .	178
2.3.2.3.	Arbeitslosenversicherung . . . . .	178
2.3.2.4.	Unfallversicherung und andere Versicherungsbereiche . . . . .	180
2.3.3.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	181
2.3.3.1.	Alterssicherung . . . . .	182
2.3.3.2.	Arbeitslosenversicherung . . . . .	187
2.3.3.3.	Zusammenfassende Bewertung . . . . .	188
3.	Belastung durch administrative Kosten . . . . .	189
3.1.	Überblick . . . . .	189
3.2.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	191
4.	Bildungspolitik . . . . .	195
4.1.	Qualifikationen der Selbständigen . . . . .	195
4.2.	Ausbildungswege und „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	199
4.2.1.	Allgemeinbildendes Schulwesen . . . . .	199
4.2.1.1.	Wissensvermittlung zur Selbständigkeit . . . . .	199
4.2.1.2.	Beitrag zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	203
4.2.2.	Duale Berufsausbildung . . . . .	205
4.2.2.1.	Wissensvermittlung zur Selbständigkeit . . . . .	205
4.2.2.2.	Beitrag zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	208

4.2.3.	Berufliche Weiterbildung . . . . .	210
4.2.3.1.	Wissensvermittlung zur Selbständigkeit . . . . .	210
4.2.3.2.	Beitrag zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	211
4.2.4.	Hochschulausbildung . . . . .	212
4.2.4.1.	Wissensvermittlung zur Selbständigkeit . . . . .	212
4.2.4.2.	Beitrag zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	215
4.3.	Bedeutung der Bildungspolitik . . . . .	219
5.	Selbständigkeit und Arbeitsmarkt . . . . .	220
5.1.	Wandel des Erwerbssystems . . . . .	220
5.2.	Arbeitslosigkeit als Determinante der Selbständigkeit . . . . .	221
5.3.	Bedeutung aktiver Arbeitsmarktpolitik . . . . .	222
5.3.1.	Förderung der Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit nach § 55a AFG . . . . .	222
5.3.2.	Erfahrungen aus anderen Ländern . . . . .	223
5.3.3.	Bewertung . . . . .	224
5.4.	Arbeitsmarktpolitische Förderung von Gründungen . . . . .	225
5.4.1.	Vorschlag einer personalpolitischen Förderung . . . . .	225
5.4.2.	Verbesserungen in der Arbeitsverwaltung . . . . .	226
5.5.	Beitrag zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	227
6.	Ausgewählte Entwicklungspotentiale für Selbständigkeit . . . . .	228
6.1.	Gestaltung des Zugangs versus Auswahl von Zukunftsmärkten . . . . .	228
6.2.	Veränderungen in der Nachfragestruktur . . . . .	230
6.2.1.	Individualisierung und konsumnahe Dienstleistungen . . . . .	230
6.2.2.	Outsourcing und industrienaher Dienstleistungen . . . . .	231
6.3.	Veränderungen im Angebot . . . . .	233
6.3.1.	Management Buy-Out und Management Buy-In . . . . .	233
6.3.1.1.	Bedeutung von MBO/MBI . . . . .	233
6.3.1.2.	Hemmnisse für MBO/MBI in Deutschland . . . . .	237
6.3.1.3.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	240
6.3.2.	Spin-Off-Gründungen aus Forschungseinrichtungen . . . . .	241
6.4.	Technischer Fortschritt: Telekommunikation . . . . .	243
7.	Selbständigkeit und Gesellschaftspolitik . . . . .	248
7.1.	Selbständigkeit von Frauen . . . . .	248
7.2.	Selbständigkeit ausländischer Mitbürger . . . . .	254
7.2.1.	Ausländische Selbständigkeit in Deutschland . . . . .	254
7.2.2.	Determinanten der ausländischen Selbständigkeit . . . . .	254
7.2.3.	Sozio-ökonomische Merkmale ausländischer Selbständiger . . . . .	257
7.2.4.	Problembereiche . . . . .	259
7.2.5.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	261
8.	Öffentliche Kommunikation und „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	263
8.1.	Bedeutung der öffentlichen Kommunikation . . . . .	263
8.1.1.	Bezüge zur „Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	263
8.1.2.	Steuerbarkeit öffentlicher Kommunikation . . . . .	265
8.2.	Auswahl der Kommunikationsstrategien . . . . .	267
8.3.	„Kultur der Selbständigkeit“ als PR-Aufgabe . . . . .	271

8.3.1.	Publizistik . . . . .	272
8.3.2.	Unterhaltende Kommunikation . . . . .	276
8.4.	Öffentliche Kommunikation als komplementäre Strategie . . . . .	279

## Fünftes Kapitel

### **Handlungsempfehlungen** 281

1.	Veränderung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen . . . . .	284
1.1.	Steuerpolitik . . . . .	284
1.2.	Soziale Sicherung . . . . .	285
1.3.	Privatisierung öffentlicher Leistungserbringung . . . . .	286
1.4.	Wettbewerbskonforme sektorale Regulierungen . . . . .	287
1.5.	Administrative Kosten . . . . .	287
1.6.	Bildungspolitik . . . . .	287
1.6.1.	Allgemeinbildendes Schulwesen . . . . .	288
1.6.2.	Duale Berufsausbildung . . . . .	288
1.6.3.	Weiterbildung . . . . .	289
1.6.4.	Hochschulausbildung . . . . .	290
1.7.	Arbeitsmarktpolitik . . . . .	291
1.8.	MBO/MBI . . . . .	291
1.9.	Ausgründungen . . . . .	292
1.10.	Mitarbeiterbeteiligung . . . . .	293
1.11.	Selbständige Telearbeit im Netz . . . . .	294
1.12.	Frauen als Selbständige . . . . .	294
1.13.	Ausländische Selbständige . . . . .	294
1.14.	Dienstleistungsbereich als Entwicklungspotential für Existenzgründungen . . . . .	295
1.15.	„Lernen vom Besten“ als Aufgabe der wirtschaftspolitischen Beobachtung . . . . .	295
2.	Mobilisierung der intermediären Institutionen . . . . .	295
2.1.	Kammern . . . . .	296
2.2.	Mittelstandsnahe Verbände . . . . .	297
2.3.	Technologie- und Gründerzentren . . . . .	297
2.4.	Technologievermittlung . . . . .	297
2.5.	Kapitalbeteiligungsgesellschaften . . . . .	298
2.6.	Banken . . . . .	298
2.7.	Kooperative Mobilisierung der intermediären Institutionen . . . . .	298
3.	Kommunikation und Kooperation . . . . .	299

## Sechstes Kapitel

	<b>Zusammenfassung</b>	302
1.	Auf dem Weg zu einer neuen „Kultur der Selbständigkeit“? . . .	302
2.	Die Mikrodimension für eine „Kultur der Selbständigkeit“ . . .	305
3.	Strategien zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“ . . .	307
3.1.	Veränderung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen . . .	307
3.2.	Mobilisierung der intermediären Institutionen . . . . .	311
3.3.	Kommunikation und Kooperation . . . . .	313
4.	Perspektiven . . . . .	314
	<b>Literaturverzeichnis</b>	315

## Verzeichnis der Tabellen

Tabelle	1: Selbständige und abhängig Beschäftigte in der EU . . . . .	27
Tabelle	2: Gründungsgeschehen in Deutschland . . . . .	32
Tabelle	3: Selbständigkeit nach Wirtschaftsbereichen . . . . .	33
Tabelle	4: Selbständigkeit in Westdeutschland . . . . .	34
Tabelle	5: Merkmale von Selbständigen und abhängig Beschäftigten in der Stichprobe und im Mikrozensus . . . . .	54
Tabelle	6: Selbständige nach Wirtschaftsbereichen . . . . .	55
Tabelle	7: Selbständige nach Ausbildungsniveaus . . . . .	56
Tabelle	8: Selbständigkeit durch Übernahme eines Unternehmens . . . . .	58
Tabelle	9: Beschäftigung bei Selbständigen . . . . .	59
Tabelle	10: Einschätzung der wirtschaftlichen Sicherheit . . . . .	61
Tabelle	11: Bereitschaft zur Aufgabe der beruflichen Selbständigkeit . . . . .	62
Tabelle	12: Bewertung der eigenen finanziellen und beruflichen Situation . . . . .	63
Tabelle	13: Interesse an beruflicher Selbständigkeit . . . . .	70
Tabelle	14: Berufliche Selbständigkeit als Ziel . . . . .	72
Tabelle	15: Gründe gegen eine berufliche Selbständigkeit . . . . .	73
Tabelle	16: Leistungsorientierung, Eigeninitiative und Risikobereitschaft (LER-Skala) . . . . .	75
Tabelle	17: Persönliche Orientierung von Selbständigen und Nicht-Selbst- ständigen . . . . .	76
Tabelle	18: Daten zur Befragung der Kammern . . . . .	85
Tabelle	19: Dienstleistungsangebot der Industrie- und Handelskammern . . . . .	87
Tabelle	20: Dienstleistungsangebot der Handelskammern . . . . .	89



Tabelle	21: Schwerpunkte des Dienstleistungsangebots der Kammern . . .	92
Tabelle	22: Finanzierung des Dienstleistungsangebots der Kammern . . .	93
Tabelle	23: Einfluß der Kammern auf das wirtschaftliche Verhalten von selbständigen und „angestellten“ Unternehmern sowie Exi- stenzgründern . . . . .	94
Tabelle	24: Einschätzung zentraler Dienstleistungsangebote durch Selb- ständige . . . . .	97
Tabelle	25: Maßnahmen zur Qualitätssicherung der Dienstleistungen bei Kammern . . . . .	99
Tabelle	26: Daten zur Befragung mittelstandsnaher Verbände . . . . .	103
Tabelle	27: Dienstleistungsangebot der mittelstandsnahen Verbände . . .	104
Tabelle	28: Schwerpunkte des Dienstleistungsangebots der Verbände . . .	106
Tabelle	29: Einfluß der Verbände auf das wirtschaftliche Verhalten von selbständigen und „angestellten“ Unternehmern sowie Exi- stenzgründern . . . . .	107
Tabelle	30: Maßnahmen zur Qualitätssicherung der Dienstleistungen bei mittelstandsnahen Verbänden . . . . .	108
Tabelle	31: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in der Ordnungspolitik . . . . .	151
Tabelle	32: Mitarbeiterbeteiligungen . . . . .	158
Tabelle	33: Streuung des Haushaltsnettoeinkommens nach Gruppen . . .	162
Tabelle	34: Monatliches Haushaltseinkommen nach der Stellung im Be- ruf . . . . .	163
Tabelle	35: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Steuersystem . . . . .	169
Tabelle	36: Versichertenstruktur der gesetzlichen Rentenversicherung . .	172
Tabelle	37: Aktiv Versicherte der gesetzlichen Rentenversicherung mit Wohnort in Westdeutschland . . . . .	174
Tabelle	38: Aktiv Versicherte der gesetzlichen Rentenversicherung mit Wohnort in den neunten Ländern . . . . .	175
Tabelle	39: Durchschnittliche Nettoeinkommen der Personen über 65 Jahre nach der letzten beruflichen Stellung . . . . .	177
Tabelle	40: Krankenversicherungsstatus nach beruflicher Stellung . . .	179

Tabelle	41: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Sozialtransfersystem . . . . .	182
Tabelle	42: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Bereich der administrativen Belastungen . . . . .	192
Tabelle	43: Angestrebte Tätigkeitsbereiche nach Hochschulart und Fächern . . . . .	214
Tabelle	44: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Bereich der Bildung . . . . .	220
Tabelle	45: Forderungen zur Verbesserung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen im Bereich der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik . . . . .	229
Tabelle	46: MBO/MBI in Großbritannien und Deutschland . . . . .	234
Tabelle	47: Anlässe für MBO/MBI in Deutschland . . . . .	235
Tabelle	48: MBO/MBI-Geschäft deutscher Beteiligungskapitalgesellschaften . . . . .	236
Tabelle	49: Zahl der Auszubildenden in am stärksten besetzten Berufen . . . . .	250
Tabelle	50: Studentinnen an Universitäten nach ausgewählten Fachrichtungen . . . . .	251
Tabelle	51: Berufliche Stellung von Frauen . . . . .	252
Tabelle	52: Bedeutung von Erwerbstätigkeit und Selbständigkeit von Ausländern in Deutschland . . . . .	255
Tabelle	53: Ausländische Selbständige nach Staatsangehörigkeit . . . . .	256
Tabelle	54: Erwerbstätigkeit und Selbständigkeit ausgewählter Ausländergruppen . . . . .	257
Tabelle	55: Deutsche und ausländische Selbständige nach Wirtschaftsbe- reichen . . . . .	258

## **Verzeichnis der Schaubilder**

Schaubild	1: Struktur der Selbständigen nach der Dauer . . . . .	57
Schaubild	2: Beschäftigungsintensität der Selbständigen nach der Dauer . .	60
Schaubild	3: Wenn Sie an die finanzielle Situation Ihres Haushalts denken: Wie kommen Sie heute finanziell zurecht? . . . . .	64
Schaubild	4: Wie zufrieden sind Sie, alles in allem, mit Ihrer beruflichen Situation . . . . .	65
Schaubild	5: Ansehen der Selbständigkeit . . . . .	66
Schaubild	6: Negative Aspekte der Selbständigkeit . . . . .	67
Schaubild	7: Positive Aspekte der Selbständigkeit . . . . .	68
Schaubild	8: Selbständigkeit als Ziel . . . . .	71
Schaubild	9: Selbständigenquote in ausgewählten Ländern . . . . .	121
Schaubild	10: Selbständigen- und Erwerbstätigenquote von Frauen . . . . .	253

## Verzeichnis der Übersichten

Übersicht	1: Begriffe und Konzepte von „Kultur“ . . . . .	42
Übersicht	2: Ansätze zur Erfassung individueller Voraussetzungen und Einstellungen zur Selbständigkeit . . . . .	48
Übersicht	3: Ausgewählte Studien zum Selbst- und Fremdbild der Unternehmer in Deutschland . . . . .	264
Übersicht	4: Mögliche Adressaten und Zieldefinitionen einer Kommunikationsstrategie zur Förderung einer „Kultur der Selbständigkeit“	278
Übersicht	5: Wirtschaftspolitische Maßnahmen für „Wege zu einer neuen Kultur der Selbständigkeit“ . . . . .	282