

UNTERNEHMER

A blue-toned photograph of a woman in a hat and coat, looking off to the side. In the foreground, there is a large, ornate feathered hat, possibly a top hat, which is partially obscuring the woman. The background is dark and indistinct.

EINE ANALYSE DES INSTITUTS FÜR WERTEWIRTSCHAFT

Unternehmer

Eine Analyse von

Rahim Taghizadegan

(Institut für Wertewirtschaft)

Diese Analyse können Sie hier herunterladen

oder nachbestellen:

<http://wertewirtschaft.org/analysen>

Kontakt: info@wertewirtschaft.org

Inhalt

Der Begriff des Unternehmers	2
Die Geschichte des Unternehmers.....	12
Die Funktion des Unternehmers.....	31
Eine Typologie des Unternehmers.....	44
Die Berufung des Unternehmers.....	60
Quellen	66

Unternehmer werden heute entweder als Sündenböcke verurteilt oder als Helden glorifiziert, denn ein realistisches Verständnis von Funktion und Wirken des Unternehmers ist selten. Das Unternehmertum ist einer der kompliziertesten Themenbereiche in Wirtschaft und Gesellschaft, darum wurde er lange Zeit gänzlich ignoriert. Wir wollen es uns nicht leicht machen und abseits ideologischer Vereinnahmungen dieser schwierigen und unverstandenen Existenzform wirklich auf den Grund gehen. Was ist ein Unternehmer? Wie unterscheidet er sich von anderen Menschen? Was ist seine Aufgabe?

Wie kam es dazu und was veränderte sich im Laufe der Zeit? Kann man und soll man heute überhaupt noch Unternehmer sein?

Der Begriff des Unternehmers

Um einen schwierigen Begriff zu verstehen, bietet sich zunächst stets das Schärfen des sprachlichen Verständnisses an. Wörter wechseln zwar oft ihre Bedeutung, doch lernt man so doch zumindest etwas über die Ursprünge und Wandlungen eines Begriffs. Das Wort „Unternehmer“ sieht im Deutschen täuschend einfach und natürlich aus, erscheint es doch als bloße Zusammensetzung zweier gängiger Grundwörter. Dieser Eindruck täuscht, denn

das Wort ist in dieser Verwendung viel jünger als es aussieht; überraschenderweise ist es nämlich nur wenige Jahrhunderte alt. Wenn man einst vom „unternehmen“ sprach, so hatte dies eine bloß wörtliche Bedeutung. Ein Beispiel, das die Gebrüder Grimm anführen, ist etwa:

zwai starcke sper si under namen

Zwei starke Speere nahmen sie unter [die Arme].

Der Unternehmer jedoch leitet sich nicht von dieser Zusammensetzung ab. Das Wort wurde erst später über den Umweg des Französischen ins Deutsche geschummelt, denn dort gibt es

ein täuschend ähnliches Wort: *entreprendre*. Wörtlich bedeutet dies allerdings nicht *unternehmen*, sondern *zwischennehmen*. Aus der Bedeutung „etwas zwischen die Hände nehmen“ entwickelte sich die allgemeinere Übertragung „etwas unternehmen“ im Sinne von etwas in die Hände nehmen, sich ein Vorhaben vornehmen, etwas bewerkstelligen. Der Unternehmer kam erst durch die Ökonomie vom französisch *entrepreneur* und vom englischen *undertaker* ins Deutsche.

Das erscheint zunächst sehr rätselhaft. Gab es nur in Frankreich Unternehmer? Und warum tauchte der englische *undertaker* auf, um kurz

darauf zu verschwinden und vom französischen Wort ersetzt zu werden? Heute sagt man auf Englisch ausschließlich *entrepreneur*. Bizarr wird die Sache, wenn man weiß, daß *undertaker* heute nur noch „Totengräber“ bedeutet. Hat sich der Unternehmer etwa sein eigenes Grab geschaufelt? Auf diese Fragen gibt es schlüssige, aber sehr unangenehme Antworten.

Sehen wir uns zunächst die Etymologie des französischen Wortes näher an. *Entreprendre* läßt sich zwar wörtlich übersetzen, täuscht aber genauso wie der deutsche Ausdruck. Das Wort, das schließlich zum Begriff für den Un-

ternehmer wird, ist nämlich gar keine Zusammensetzung von *entre* und *prendre*, sondern entstand als Nachbildung eines ähnlich klingenden lateinischen Wortes. Genauso geschah es beim deutschen Zeitwort „unternehmen“ in seiner modernen Bedeutung: Es imitierte den französischen Begriff.

Entreprendre im modernen Wortsinn ist eine Entsprechung des lateinischen *imprehendere*, weil das *em* im älteren *emprendre* dem französischen klingenden *entre* wich. *Imprehendere* bedeutet „(eine Festung) einnehmen“. *Entreprendre* hatte daher auch auf Französisch zunächst die Bedeutung „attackieren“, „be-

schuldigen“, und den interessanten übertragenen Sinn: „durch Schmeichelei einnehmen“, „verführen“. Das lateinische Wort blieb auch in anderen romanischen Sprachen erhalten. Auf Spanisch spricht man noch von der *empresa* (Unternehmen), und über das Italienische kam auch der *Impresario* ins Deutsche und meint dort nur noch einen besonderen „Unternehmer“, nämlich den Schauspieldirektor und Opernmanager.

Im 16. Jahrhundert war der *entrepreneur* im Allgemeinen ein Glücksritter. Der Schriftsteller Jean Lemaire de Belges nannte Anfang des 16. Jahrhunderts etwa den trojanischen Hel-

den Hektor einen *entrepreneur*. Nur jene werden so bezeichnet, die Leben und Vermögen in besonders großem Stil riskieren; keinesfalls bloß selbständige Handwerker und Händler. Letztere stellten im damaligen Sprachgebrauch schon nahezu das Gegenteil der *entrepreneurs* dar. Konkret dachte man vor allem an jene, die Söldner anheuerten und ihre Dienste für unterschiedliche Zwecke anboten – unter anderem, um eine feindliche Stellung einzunehmen (*imprehendere*). Dieses „militärische Unternehmertum“ lag in den Händen des Adels. Zunächst machten sich hier die Italiener einen Namen, man sprach von *condottieri*.

Im 15. Jahrhundert traten tschechische Söldnerführer auf, im 16. und 17. Jahrhundert folgten schottische und deutsche Kriegsunternehmer. Das berühmteste Beispiel für letztere ist Wallenstein. Durch Lieferverträge und Spekulation wurde er einer der reichsten Männer seiner Zeit und Hauptkreditgeber des Kaisers.

Im englischen Sprachraum herrschte zunächst eher die negative Konnotation des Glücksritters vor; allerdings sprach man seltener vom *undertaker*, sondern meist vom *projector*. Dieses Wort tauchte um 1600 auf und war ursprünglich eher ein Schimpfwort, das nach und nach

auch eine positive Bedeutung gewann. Daniel Defoe gab in seinem *Essay upon Projects*, der 1697 in London veröffentlicht wurde, eine interessante Definition für diesen Ur-Unternehmer:

Menschen, die geschickter sind als ihre Nachbarn, erdenken sich private Methoden von Trick und Betrug ... Andere wenden ihre Gedanken der ehrlichen Erfindung zu, die auf Anständigkeit und Rechtschaffenheit beruht. Beide Arten können wir Projektemacher (*projectors*) nennen ... Die Zahl der letzteren aber ist im Vergleich zur Zahl der ersteren sehr gering ... Ein bloßer Pro-

jektemacher ist etwas Verächtliches ... Aber der ehrbare Projektemacher ist jener, der, nachdem er mit fairen und klaren Prinzipien, durch Verstand, Rechtschaffenheit und Findigkeit eine Vorrichtung zur geeigneten Vollkommenheit gebracht hat ... sich selbst mit dem wirklichen Ertrag seiner Erfindung begnügt.

Defoe sah mit dem Jahr 1680 ein neues Zeitalter hereinbrechen, das er das *Projecting Age* nannte. Die Not, die er als Mutter aller Neuerungen sah, habe den Geist der Menschen so heftig bewegt, daß es zu einer historisch einmaligen Konzentration von Projekten und

Erfindungen gekommen sei. Der Begriff fand auch ins Deutsche Eingang, geriet aber wieder in Vergessenheit. In der Ökonomisch-technologischen Enzyklopädie (Berlin, 1773 – 1858) wurde der *Projektemacher* definiert als

ein Mann, der allerley Anschläge macht, vorzüglich in nachteiligem Verstande.

Im 17. und 18. Jahrhundert gewann auch das französische *entreprendre* eine breitere Bedeutung, die sich nun vornehmlich auf das Wirtschaftsleben bezog. Im *Dictionnaire Universel de Commerce* (Paris, 1723) finden sich folgende Definitionen:

Entreprendre: Sich dem Erfolg eines Geschäftes, eines Handels, einer Manufaktur, eines Gebäudes etc. annehmen. Beispiele: *La Compagnie de l'Assiente a entrepris la fourniture des Nègres pour L'Amérique Espagnole*. (Die Asiento-Kompanie hat die Lieferung von Negern für Spanisch-Amerika unternommen.) *Le sieur Cadeau est le premier qui a entrepris en France la manufacture des Draps façon de Hollande*. (Herr Cadeau ist der erste, der in Frankreich die Herstellung von Tüchern nach holländischer Art unternommen hat.) *Ce Maître Maçon a entrepris ce bâtiment, & doit le*

rendre la clef à la main. (Dieser Baumeister hat jenes Gebäude unternommen und soll es schlüsselfertig übergeben.)

Entrepreneur: Jener, der ein Werk unternimmt. Man sagt: Ein Manufakturunternehmer, ein Bauunternehmer; um auszudrücken: ein Manufakteur, ein Baumeister.

Entreprise: Entwurf, wie man etwas ausführt. Man nennt so auch die Umsetzung der unternommenen Sache (*l'exécution de la chose entreprise*). In der ersten Bedeutung sagt man: Dieser Händler wird mit seiner neuen Manufaktur in den Ruin gehen, dieses Unternehmen übersteigt seine Kräfte. In

der anderen Bedeutung sagt man: Das Unternehmen dieses Fabrikanten war glücklich, er hat 100.000 Taler mit seinen Tüchern verdient.

Neben den *projector* tritt im Englischen der *adventurer*, der Abenteurer. Dieses Wort kommt vom lateinischen *advenire* mit der Bedeutung „(etwas wird in Zukunft auf einen) zukommen“. Gemeint ist jede Form von gefährlichem Wagnis. Im *Dr. Johnson's Dictionary* vom 1755 ist der *adventurer* definiert als:

He that seeks occasion of hazard; he that puts himself in the hands of chance.

Derjenige, der die Gefahr sucht und sich in die Hände des Zufalls begibt.

Bald kommt auch der Begriff *Merchant Adventurer* auf, um auf einen engeren, wirtschaftlichen Sinn Bezug zu nehmen. Gemeint sind damit insbesondere Grundstückspekulanten. Der *undertaker* hat eine ähnliche, etwas allgemeinere Bedeutung. Ursprünglich verstand man darunter jeden, der die Durchführung einer größeren Sache unternahm. Im *Universal Dictionary of Trade and Commerce* (1751-1755, London) werden *undertakers* als *dealers in business* (mit Geschäften Handelnde) beschrieben, die „Geld in den Händen der Gold-

schmiede halten“ und etwa Häuser errichten, um sie zu verkaufen oder zu vermieten. Goldschmiede erfüllten damals die Funktion von Banken, das heißt sie bewahrten Ersparnisse für Kunden auf. Schließlich meinte *undertaker* nur noch den, der auf eigenes Risiko große Aufträge des Herrschers, beziehungsweise des Staates übernimmt. Daher kommt die Assoziation, daß sich der *undertaker* um bedeutende öffentliche Angelegenheiten kümmert. Bei solchen Aufträgen handelt es sich zunächst etwa um den Bau von Befestigungsanlagen oder auch um die Organisation eines feierlichen Begräbnisses. Diese Aufgabe sollte

schließlich am Wort hängen bleiben und es unbrauchbar für jede andere Verwendung machen, sodaß sich die englischsprachigen Ökonomen später gezwungen sahen, das französische Wort zu übernehmen. Interessant ist, daß der *undertaker* diese enge Bedeutung in einer Zeit übernahm, als die Begräbnisse kleiner und weniger feierlich geworden waren. Solche Entwicklungen werden in der Sprache oft kompensiert. Wie man auf Französisch von den *pompes funèbres* spricht, so wertete man im Englischen den kleinen Totengräber auf, indem man ihn ganz feierlich einen großen Zer-

emonienmeister in königlichem Auftrag nannte: den *undertaker*.

Im französischen Sprachraum erfolgte allerdings im 17. und 18. Jahrhundert eine ähnliche Verengung des Begriffs, die zwar heute nicht mehr geläufig ist, aber doch nach wie vor die Wahrnehmung bestimmt. Auch der *entrepreneur* war primär derjenige, der große Aufträge ausführte – und diese Aufträge waren in aller Regel Staatsaufträge. Antoine Furetière erklärt den Begriff in seinem Universalwörterbuch, das 1690 posthum erschien, wie folgt:

So nennt man in erster Linie die Baumeister von Befestigungsanlagen. [...] Man be-

dient sich eines *entrepreneur*, um die Armee mit Lebensmitteln und Munition zu versorgen.

Die Geschichte des Unternehmers

Woher kamen plötzlich die vielen Projektmanager, warum gab es sie vorher nicht in hinreichendem Ausmaß, um ein Wort für sie zu prägen, und welche Wandlung erfuhren sie? Vom 17. bis zum 19. Jahrhundert erfolgte zunächst in Großbritannien und dann auch am Kontinent eine tiefgreifende Umwandlung der Wirtschaftsstruktur. Heute spricht man von der „Landwirtschaftsrevolution“ und der darauf folgenden „Industriellen Revolution“. Doch es handelte sich dabei um lange fortschreitende Entwicklungen, deren Auslöser, Wirkungen und genauen Abläufe bis heute

nicht gänzlich geklärt sind. Das Verständnis wird noch wesentlich dadurch erschwert, daß in diesem Zeitraum die großen Ideologien entstanden und widersprüchliche Zerrbilder entwarfen, sodaß der Geschichtsschreibung nur bedingt vertraut werden kann.

Wir wissen, daß sich damals eine „alte Ordnung“ auflöste, abgelöst von Besserem und Schlechterem, jedenfalls von Neuem, was für große Umstellungs- und Orientierungsprobleme sorgte. Jene „alte Ordnung“ bestimmte mit ihren feudalen und personalen Strukturen jene Zeit vor der Neuzeit, die man heute als „Mittelalter“ zusammenfaßt. Die Neuzeit er-

scheint zunächst in der Tat als *Projecting Age*, als weiße Leinwand, auf die sich allerlei projizieren läßt und die für die Schnellsten und Flexibelsten großartige Möglichkeiten hervorbringt. Die Gesellschaft wird gründlich durcheinander geworfen, da nun an die Stelle langfristiger Beziehungen (Hierarchien der Treue und Ehre) kurzfristige Projekte treten können, Interessensgemeinschaften, die über gewohnte gesellschaftliche Grenzen hinausgehen. Der Utilitarismus tritt seinen Siegeszug an: die Orientierung am Nutzen und die Bewertung nach dem Nutzen, den etwa ein Projekt für seine Träger bringt. Damit verbunden ist eine

Säkularisierung der Gesellschaft, der Staat trachtet danach, die gesellschaftliche und wirtschaftliche Rolle der Kirche zu übernehmen, um unmittelbar Nützlicheres hervorzubringen. Insbesondere das Kirchenvermögen lockte. In Großbritannien wurden konfiszierte Kirchengüter auf Adelige und bürgerliche Geldgeber des Königs verteilt. Durch die ihnen zufallenden riesigen Weideflächen waren vor allem Wollzüchtern große Skalierungsgewinne möglich, wodurch eine wahre Wollindustrie entstand, die zur weiteren Ausdehnung der Weideflächen auf Auflösung der Allmenden drängte. Diese wenig effizient bewirtschaftete-

ten Gemeindeflächen hielten den modernen Nutzenerwägungen nicht mehr stand. Tatsächlich führte die Konzentration von Ländereien in den Händen geschickter Landwirtschaftsunternehmer zu einer weit ertragreicheren Bewirtschaftung und damit zu einer besseren Lebensmittelversorgung. Diese bessere Versorgung erfolgte freilich nicht gleichmäßig. Im Zuge der Landkonzentration und Einhegung ehemaliger Allmenden (*inclosure*) entstand ein mittelloses Proletariat. Ein geflügeltes Wort damals war: Die Schafe fressen die Menschen. Dieses Proletariat wäre allerdings

verhungert, wenn sich nicht der Wollzucht bald eine Textilindustrie angeschlossen hätte.

Mit besonderer Brutalität wurde die Säkularisierung am Kontinent zunächst in Frankreich vorangetrieben, wobei die Kirchengüter gewaltsam umverteilt wurden. Wer bei dieser Umverteilung besonders geschickt taktierte, konnte zu einem großen Säkularisierungsgewinner werden – ähnlich wie die Arisierungsgewinner zu einem späteren Zeitpunkt an einem anderen Ort. In Frankreich waren jene in erster Linie unter den Bürgerlichen zu finden, während etwa in der Wallonie ähnlich wie in Großbritannien vor allem adelige Großgrund-

besitzer zum Zug kamen. Auch hier führte die höhere Konzentration zu einer effizienteren Bewirtschaftung, zumal die Vermögenden genügend Kapital zur Industrialisierung aufbringen konnten, und die Region wurde so zu einer der wirtschaftlich erfolgreichsten. Doch unter diesem Erfolg litt die Sozialstruktur, sodaß die einstigen Industriezentren heute trostlose Kaffs sind, die eine strukturkonservativ-sozialistische Mentalität aufweisen und hauptsächlich von Umverteilung leben.

In Frankreich wurde die Konfiskation von Kirchengütern geschickt zur Finanzierung des Staates und der Kriege genutzt. Inflationäres

Papiergeld wurde ausgegeben, genannt Assignaten, die vermeintlich durch Grundstücke „gedeckt“ sein sollten. De facto handelte es sich um Staatsanleihen, die mit den Ländereien „zurückgezahlt“ werden sollten. Da aufgrund der rasenden Entwertung diese Assignaten kaum freiwillig angenommen wurden, wurde der Handel mit und der Besitz von Edelmetallen verboten. Zudem mußten die Grundstücke aufgewertet werden, um diesen frühen künstlichen Hypothekenboom aufrecht zu halten. Der Politiker Jean-Marie Roland de La Platière erklärte 1793:

Für die republikanische Regierung ist es von Bedeutung, die Zahl der Landbesitzer zu erhöhen, denn nichts bindet mehr an das Vaterland und die Achtung vor den Gesetzen als das Eigentum.

Daher wurde der gesetzliche Schutz des Besitzes gestärkt. Die Besitzer bekamen das Recht zur Einhegung ihrer Felder und zusätzlich wurde die Allmende per Los auf sie aufgeteilt. Die durchschnittliche Grundstückgröße reduzierte sich dadurch im Gegensatz zu Großbritannien beträchtlich. Die neuen Landbesitzer besaßen in der Regel weder die finanziellen Mittel noch die nötigen Kenntnisse für eine

effiziente Bewirtschaftung. La Rochefoucauld-Liancourt, Präsident der Nationalversammlung, bemerkte: Jeder wollte Landbesitzer werden, und die Mehrzahl der Tagelöhner geriet nur ins Elend.

Durch die Auflösung der Allmenden und der alten Feudalordnung verschwanden in kurzer Zeit die zwei traditionellen Formen der Armenversorgung. Den Armen war es nunmehr unter dem Vorwand des Schutzes von „Privateigentum“ verboten, wie Sedillot berichtet,

nach der Mahd Ähren zu lesen, die Grumets auszunützen, Stroh für das Lager zu sammeln, die Nachlese zu halten, die Grä-

ser nach der Heuernte zusammenzurechen; all das, was die Heuer, Mäher und Weinleser nach biblischem Gesetz wie nach feudalem Brauch vor Ort übriggelassen hatten.

Ebenso schwer wog der Ausfall der „Sozialleistungen“ seitens des feudalen Grundherrn: Vorschüsse zum Saatgutankauf, Armenfürsorge, Rechtsschutz, ärztliche Grundversorgung, Zugang zum Holzlesen und Laubsammeln im Wald. Anstelle der Feudalbeziehungen trat nun die Beziehung zum Staat, der freilich nur das verteilen konnte, was er zuvor anderen genommen hatte.

Diese Ausgangslage war der Nährboden für ein „Unternehmertum“, das eine so neuartige Größenordnung und Struktur aufwies, daß es dafür zuvor keinen Begriff gegeben hatte. Der *entrepreneur* entstand. Fünf Gründe waren hierfür maßgeblich: Erstens wurden die größten Unternehmen der alten Ordnung, die Klöster, radikal beschnitten, was zunächst große Versorgungslücken hinterließ. An die Stelle kirchlicher Bauten traten zunehmend politische und militärische, die zu ihrer Errichtung nicht mehr auf die traditionellen „Bauunternehmer“ im Klerus zurückgreifen konnten. Zweitens schuf die revolutionäre

Umverteilung durch die Politik große Möglichkeiten für geschickte Akteure im politiknahen Bereich. Die soziale Durchmischung machte sich auch dadurch deutlich, daß es möglich wurde, in kurzer Zeit zu sagenhaftem Reichtum zu gelangen – und im nächsten Moment alles wieder zu verlieren. Drittens erzeugte die staatliche Inflationierung einen künstlichen Boom, der eine kontinuierliche Umverteilung hin zu staatsnahen Wirtschaftstreibern auslöste – der sogenannte Cantillon-Effekt. (Zu den ökonomischen Folgen der Inflation und den Dynamiken des Konjunkturzyklus siehe die zahlreichen Publikationen

des Instituts für Wertewirtschaft.) In Boom-Phasen lassen sich starke Hebeleffekte für große Unternehmungen ausnützen. Viertens trat der Staat als Nachfrager sehr großer Unternehmungen, beziehungsweise sehr großer Mengen identischer Güter auf, was die bestehende Wirtschaftsstruktur überforderte. Fünftens entstand durch Auflösung der feudalen Ordnung ein Proletariat von Tagelöhnern, das in früheren Zeiten verhungert wäre, durch die Produktivitätssteigerung der einsetzenden Industrialisierung aber überleben konnte, wenngleich in einem erbärmlichen Dasein.

Erst als die wachsende Produktivität den Lebensstandard der Arbeiter beträchtlich gesteigert hatte, entstand der Sozialismus durch die Verbindung von neuer, materialistischer Ungeduld und altem, seelischen Unbehagen. Die Arbeiteraufstände und deren Ausnutzung durch bürgerliche sozialistische Intellektuelle waren keine Armenaufstände. Es war in der Regel die Verbesserung materieller Arbeitsbedingungen bei Verschlechterung seelischer Arbeitsbedingungen, die als Zunder für revolutionäre Funken diente. Ein berühmtes moderneres Beispiel dafür ist das Unternehmen von Henry Ford. Er zahlte die höchsten Löh-

ne, verhalf seinen Arbeitern zu Eigenheim und Auto. Trotzdem oder vielmehr deshalb erhielten die radikalsten Gewerkschafter in seinem durch den Fließband-„Fordismus“ auf höchste Effizienz (und daher Produktivität) getrimmten Betrieb die meisten Stimmen.

In Europa war die neue Massennachfrage des Staates der entscheidende Umstand, der auf der Grundlage der beschriebenen gesellschaftlichen und politischen Begebenheiten, die Notwendigkeit des *entrepreneur* im modernen Sinne schuf. Dies erklärt die Definition dieser Funktion als Manager von Staatsaufträgen. Insbesondere die Ausstattung der wachsenden

Massenarmeen nach Einführung der „Wehrpflicht“ machte eine neue Wirtschaftsstruktur notwendig, die nach und nach die kleinteilige und kleinräumige Bauern- und Handwerkerwirtschaft ablöste. Es war insbesondere die geforderte Uniformität der Güter, die selbständige Handwerker nicht erbringen konnten. Wie das Wort schon verrät, ging es zunächst um die Anfertigung von Uniformen.

Anfangs setzte die Regierung Proviantverwalter ein, die entweder direkt Beamte im Staatsdienst waren oder auf eigene Rechnung arbeitende „ausgelagerte Unternehmer“, deren einziger Kunde jedoch der Staat war. Der Provi-

antverwalter besorgte den Einkauf von Lebensmitteln und Rohstoffen bei Bauern und Handwerkern. Dabei wurde es immer mehr zur Notwendigkeit, Vorgaben für die Produktion zu machen und diese zu beaufsichtigen. In Monarchien wies man derartige Aufgaben meistens erst dem Amt des sogenannten Faktors zu, der auch Kredite für seinen Herrscher zu besorgen hatte. Die Faktoren erwiesen sich dafür aber später nicht als sonderlich geeignet, da es oft Streitigkeiten mit den Gilden gab. Es erwies sich als effektiver, diese Aufgaben zu trennen und an Kaufleute auszulagern, von denen sich einige wenige als *entrepreneurs* an-

boten. Seit diesem Zeitpunkt sprach man von einem Verlag und der damit verbundenen Wirtschaftsordnung des Verlagssystems. Die ursprüngliche Bedeutung dieses Wortes, das heute nur noch für den Vertrieb von Büchern gebraucht wird, bestand in der Aufgabe, Waren zu „verlegen“. Gemeint ist damit, die Brückenfunktion zwischen vielen selbständigen Handwerkern und einem zentralen Auftraggeber – in der Regel dem Staat – zu übernehmen. Die Auftragnehmer finanzierten den Rohstoffeinkauf und die Löhne für die Handwerker vor und wurden dann nach Fertigstellung pauschal bezahlt. Zu ihren Aufträgen

gelangten sie meist durch staatliche Ausschreibungen. Ihre Gewinnspanne konnten sie nur durch möglichst billigen Einkauf und möglichst niedrige Entlohnung der Handwerker ausweiten.

Dieses System hatte sich schon bei staatlichen Bauaufträgen bewährt. Aus diesen Erfahrungen erwarb sich der *entrepreneur* aber von Anfang an einen schlechten Ruf. Manchmal wird er mit dem *ingénieur* kontrastiert, der mit dem Unternehmer darum streiten muß, nicht an falschen Stellen einzusparen und damit die Sicherheit und Beständigkeit der Bauwerke zu gefährden. Der *entrepreneur* erscheint als Er-

bsenzähler und Pfennigfuchser, was verständlich ist, denn aus den Einsparungen bezieht er sein Einkommen. Im Gegensatz zum modernen Verständnis des Unternehmers ist der historische *entrepreneur* fast ausschließlich jener Akteur, der zu fixen Preisen verkauft und zu variablen Preisen einkauft.

Ein sehr willkommener Zusatznutzen für die Machthaber ist es bereits bei dieser frühen Form der Auslagerung, daß sich private Akteure quasi stellvertretend den Ruf ruinieren und ein Schutzschild für negative Assoziationen bilden, die sonst den Staat treffen würden. Der Staat tritt nur als großzügiger Ausgeber

auf, das Einsparen und Verdienen überläßt er den Untertanen. Dies ging in Frankreich sogar soweit, daß das Steuereintreiben an private Unternehmer ausgelagert wurde, die dem Staat einen Fixbetrag ablieferten und dann zusehen mußten, daß sie den Untertanen noch mehr abknöpfen konnten. Vierzig „Geldmänner“ erwarben dieses Privileg für eine Gesamtsumme, die heute ungefähr 600 Millionen Euro Kaufkraft entsprechen würde. Was damals den gesamten Staatshaushalt finanzieren sollte, entspräche heute nur noch lächerlichen 0,4 Promille (!) des französischen Staatsbudgets. Das Studium der Geschichte erklärt uns

so die bis heute fortdauernde Feindschaft gegenüber Unternehmertum und Privateigentum. Auch die berühmte Anklage von Rousseau, die später Enteignungen legitimieren sollte, findet ihre Erklärung in oben beschriebenen Dynamiken (den *inclosures*):

Der Erste, der ein Stück Land eingezäunt hatte und es sich einfallen ließ zu sagen: „Dies ist mein“, und der Leute fand, die einfältig genug waren, ihm zu glauben, war der wahre Gründer der bürgerlichen Gesellschaft. Wie viele Verbrechen, Kriege, Morde, wie viel Not und Elend und wie viele Schrecken hätte derjenige dem

Menschengeschlecht erspart, der die Pfähle herausgerissen oder den Graben zugeschüttet und seinen Mitmenschen zugerufen hätte: „Hütet euch, auf diesen Betrüger zu hören, ihr seid verloren, wenn ihr vergeßt, daß die Früchte allen gehören und die Erde niemandem.“

Paradoxerweise entstand dieser Eindruck gerade aufgrund von Enteignungen. Zuvor galt die Einhegung des Eigenen als etwas Heiliges und die Grundlage von Frieden. Dies beweist das deutsche Wort Frieden selbst: Es hängt etymologisch mit der Umfriedung zusammen.

Gute Zäune machen gute Nachbarn; falsche Zäune hingegen stiften Unfrieden.

Das Verlagssystem erwies sich nicht als langfristige Lösung für die Massen uniformer Güter, die nachgefragt wurden. Insbesondere die Herstellung von Uniformen war schwer zu „verlegen“, es wurde notwendig, daß sich die *entrepreneurs* selbst um die Produktion kümmerten. Dazu schufen sie die ersten Fertigungshallen, sogenannte Manufakturen. Zunächst werkten dort Handwerker unter Aufsicht zu einem Akkordlohn. Durch die Skalierung boten sich jedoch weitere Einsparungsmöglichkeiten an. Es bedurfte keiner Hand-

werksmeister mehr, um die zunehmend mechanisierte Produktion durchzuführen. Für die Manufakturen konnte man sich so nach und nach des zunächst fast unerschöpflichen Reservoirs an Proletariern bedienen.

Prolet(ariat) kommt vom römischen Wort *proles*, das Nachkommen bedeutet. Die Unterschichten neigen offenbar stets dazu, Wohlstandssteigerungen durch gesteigerte Vermehrung auszugleichen. Ein Proletarier ist jemand ohne eigene Lebensgrundlage, das heißt ohne Boden beziehungsweise ohne Handwerk mit- samt der nötigen Werkzeuge und Kenntnisse. Die Manufakturen waren die ersten Fabriken;

sie wurden vorwiegend mit Steuergeldern und Krediten finanziert und schufen Massenware. Diese Massenware fand neben dem Staat in der Moderne dann im künstlich vermehrten Massenproletariat neue Nachfrager. Nur dank dieser Skalierungseffekte (der Produktivitätsvorteile bei großer Massenproduktion uniformer Einheitsgüter) konnte das Proletariat auch ernährt und eingekleidet werden; eine wahre Explosion materiellen Wohlstands war die Folge, der schließlich eine viel breitere Basis fand als den Staat.

Durch ihre Nähe zum Staat waren die *entrepreneurs* von Anfang an auf Privilegien bedacht.

In Frankreich wurde den mit wertlosen Assignaten bezahlten Arbeitern das Verlassen ihres Arbeitsplatzes bei Todesstrafe (für „Desertion“) verboten. Gesetze stärkten die Position der Staatsunternehmer gegenüber ihren Zulieferern, fixe Lieferverträge minderten ihr Risiko. „Wirtschaftsförderung“ sah oft so aus, daß Privatleute dazu gezwungen wurden, Kontingente der neuen Massenwaren zu kaufen: so wurde etwa deutschen Kaufleuten vorgeschrieben, eine Mindestmenge an Göttinger Tüchern zu kaufen. Tuchfabrikanten erhielten in der Regel das Privileg, daß niemand innerhalb eines großen Bannkreises legal dieselbe Tuch-

art anfertigen durfte. All diese Privilegien und Wettbewerbsbeschränkungen waren Möglichkeiten, die Unternehmer mit Gefälligkeiten anstatt mit Geld zu bezahlen – denn von letzterem kann die moderne Organisation „Staat“ (im Gegensatz zur ursprünglichen Begriffsbedeutung) niemals genug bekommen. Bis 1789 wurden in Frankreich 582 mit staatlichen Exklusivprivilegien ausgestattete „Unternehmen“ gegründet. Einen Sonderfall stellte Rußland dar, wo in den Manufakturen ausschließlich Leibeigene eingesetzt wurden. Daher konnte es nur Unternehmungen von Adeligen oder Beamten geben. Einzelnen vermögenden

Kaufleuten aus dem Bürgertum gelang es zwar, ganze Dörfer zu kaufen und sich so der dortigen Leibeigenen zu bedienen. Jedoch erstaunt es nicht, daß der Sowjetsozialismus nach Ausschaltung des Adels und Bürgertums nur zur zentralistischen Staatswirtschaft führen konnte.

Oft wurden Beamte selbst im Staatsauftrag als Unternehmer tätig. In Preußen wurde etwa die Dampfmaschine und die Eisenindustrie von technisch geschulten Beamten eingeführt. Die Maschinen wurden später an private Gesellschaften verkauft. Der berühmte preußische Staatsmann Freiherr vom Stein war „Ober-

berghauptmann“ und betätigte sich selbst in England in der Industriespionage. In Österreich fungierten Beamte als Vertreter der Massenproduktion. Sie präsentierten Erzeugnisse heimischer staatsnaher Industrieller im Ausland auf Messen und bei möglichen Kunden: anderen Staaten und Fabriken.

Die moderne Unternehmensform als juristische Person entstand erst sehr spät. Natürlich gab es immer Partnerschaften zum gemeinsamen Kapitalaufbau und zur Risikoaufteilung. Die moderne *corporation* mitsamt ihrer *limited liability* (Haftungsbeschränkung) wurde als staatliches Privileg geschaffen. Inkorporiert

wurde zunächst durch den König, später durch Erlässe demokratischer Gesetzesfabriken. Die ersten großen *corporations* waren Organe eines ausgelagerten Kolonialismus. Am berüchtigsten ist die *Vereenigde Oostindische Compagnie*, der die merkantilistische Verwertung asiatischer Kolonien oblag. Deren Prokonsul J.P. Coen reklamierte bei seinen staatlichen Auftraggebern:

Euer Ehren sollten aus Erfahrung wissen, daß der Handel in Asien unter dem Schutz und der Begünstigung von Eurer Ehren Waffen vorangetrieben und erhalten werden muß und daß die Waffen mit den

Handelsprofiten bezahlt werden müssen; daher können wir den Handel ohne Krieg nicht fortführen und den Krieg nicht ohne Handel.

Kein Wunder, daß der Handel einen schlechten Ruf erwarb und die alte ökonomische Erkenntnis, daß freier Handel zwischen Menschen (nicht Staaten) den Frieden fördert, in Vergessenheit geriet.

In den USA handelte es sich bei der *corporation*, die im 18. Jahrhundert den Siegeszug antrat, um eine Frühform der *public-private partnership*. Sie war halb staatlich, halb privat. Die staatsnahen Banken und staatlichen „Chaus-

seegesellschaften“ (Verkehrsbetriebe) spielten dabei eine große Rolle. Diese *corporations* verfügen über exklusive Privilegien und politische Macht.

Die Konzentration der Wirtschaftsstruktur hin zu großen *corporations*, die zuerst von *entrepreneurs*, später von Managern geführt wurden, beschleunigte sich im 20. Jahrhundert dramatisch. Der wesentliche Grund darin liegt in der Vernichtung des Mittelstandes und in der Aufblähung des Staats- und Bankensektors. Diese Entwicklungen sind die Folge der zunehmenden Enteignung und der künstlichen Konjunkturzyklen durch staatliche Inflationie-

rung sowie der ungeheuren Zerstörungswut der Weltkriege und des durch den Krieg genährten Wachstums des Staatsapparates. Nach dem Ersten Weltkrieg hatte sich bereits die Zahl der Unselbständigen – Arbeiter, Angestellte und Beamte – verdoppelt, die Zahl der Selbständigen fast halbiert. Die Hälfte aller Handwerker war zum Militärdienst einberufen worden, etwa ein Drittel aller Handwerksbetriebe mußte damals schließen. Ähnliches wiederholte sich im Zweiten Weltkrieg und setzte damit doch nur eine Entwicklung fort, die mit den großen Revolutionen begonnen hatte. Im revolutionären Frankreich wie im

maoistischen China überlebten nur besonders staatsnahe Unternehmer als „patriotische Kapitalisten“. In China durften sie als „Direktoren“ ihre Fabriken weiterführen. In Frankreich galten die Peugeotts als Vorbild „patriotischer“ Unternehmer. Ihr erklärtes Ziel war es, für die französische Kriegsmaschinerie Stahl nach steirischem Vorbild herzustellen. Ähnliches wiederholte sich im Nationalsozialismus, wo die Unternehmer vollends zu Betriebsführern im Staatsdienst verkamen.

Die verbleibenden *entrepreneurs* waren nicht nur Kriegsgewinner, sondern auch Inflationsgewinner. Dieses Muster, nach dem geschickte

private Akteure an der staatlichen Geldverschlechterung in großem Stil mitverdienten, ist ein schon altes. Einer der berühmtesten Inflationsunternehmer war der Brite Thomas Gresham. Er lieferte den Machthabern alles, wofür sie bezahlten: Gold und Silber, Waffen, Munition, Informationen, Falschmünzen. Er ließ Münzen in den Niederlanden einschmelzen und bestach Zollbeamte, um Gold- und Silberbarren außer Landes zu schmuggeln. Daher trägt das Gresham'sche Gesetz seinen Namen. Es bezeichnet die ökonomische Dynamik bei staatlichen Kursfestsetzungen für Münzen, die nicht der Realität entsprechen:

Die Folge ist, daß gutes Geld von schlechtem Geld verdrängt wird. Belohnt wurde Gresham für seine Dienste mit konfiszierten Kirchengütern. Das Wappen von Gresham zeigt ironischerweise eine Heuschrecke. Heute hängt dieses seltsame Wappentier noch als vergoldetes Nasenschild in der britischen *Lombard Street*, wo das moderne Bankwesen entstand: Jenes neue, sehr gewinnbringende Betätigungsfeld für Inflationsunternehmer.

Die Funktion des Unternehmers

Der Unternehmer ist in seiner ursprünglichen Bedeutung also eine sehr problematische Figur. Mit der Normalisierung des Wirtschaftslaufes nach den großen Umbrüchen der Neuzeit konnte allerdings wieder das Augenmerk auf jene Aspekte gelegt werden, bei denen es sich um wichtige ökonomische und soziale Funktionen handelt. Dabei fällt insbesondere die Übernahme von Risiken ins Auge. Dem historischen *entrepreneur* kann diese Funktion zwar nicht einfach so zugeschrieben werden, zumal er oftmals eher dabei dienlich war, künstliche Risiken zu schaffen und zu vergrößern.

Dennoch können wir diese Funktion abstrahieren; die Abstraktion von gesellschaftlichen Phänomenen zu deren besserem Verständnis ist Aufgabe der Ökonomie.

Bereits in der Scholastik fand eine interessante Differenzierung zwischen Risiko und Unsicherheit statt, die erst im letzten Jahrhundert von Frank H. Knight (1885–1972) wiederentdeckt wurde. Das primäre Risiko entspricht dem Begriff des *periculum sortis*, einer bestimmbaren und aggregierbaren Ausgangswahrscheinlichkeit, bei der es sich in der Form des Ausfallsrisikos auch um eine der in der Scholastik anerkannten Zinskomponenten

handelt. Dem gegenüber steht die Ungewißheit, die mit dem aristotelischen Begriff der *ratio incertitudinis* gefaßt wurde. Knight illustriert diesen Gegensatz in seinem berühmten Buch *Risk, Uncertainty, and Profit* (1921) anhand einer Glühbirnenfabrik. Es ist zwar gänzlich unvorhersehbar und daher ungewiß, welche Glühbirne bei der Fertigung zerbrechen wird. Doch eine bestimmte Quote von Glühbirnen wird immer zerbrechen und diese Anzahl ist relativ gleichmäßig, damit bald vorhersehbar und versicherbar. Der Glühbirnenfabrikant wandelt so eine Ungewißheit in ein Risiko um. Ludwig von Mises (1881–

1973) verwendet die etwas weniger starken, dafür klareren Begriffe *case probability* und *class probability*, Fallwahrscheinlichkeit („ungewiß“) und Klassenwahrscheinlichkeit („riskant“).

Die Scholastik war einer ökonomischen Klärung der Unternehmerfunktion bereits sehr nahe. Um so mehr erstaunt, daß der Unternehmer dann plötzlich wieder aus dem Blickfeld der Ökonomie entschwand und im Wesentlichen erst von der Wiener Schule der Ökonomie im letzten Jahrhundert wiederentdeckt wurde, deren Vertreter die Unternehmertheorie deutlich weiterentwickelten. Johannes Messner beklagt daher zurecht:

Es gehört zu den erstaunlichen Rückschlägen der menschlichen Geistesgeschichte, daß der Menschheit eine einmal so klar erfaßte Erkenntnis, dazu noch eine von so weittragender Bedeutung für den Fortschritt der Menschheit, wieder verloren gehen konnte, dies so sehr, daß die klassische Nationalökonomie mit einem Fehlstart einsetzen und daß der diesen Fehlstart zum Angelpunkt seines Denkens machende Marx zum Propheten der kommenden Dinge werden konnte.

In der Tat erfuhr die Ökonomie mit dem Ende der Scholastik zu Beginn des 17. Jahrhun-

derts einen deutlichen Rückschlag. In der Klassik und später der Neoklassik standen sich Kapital und Arbeit zunächst als bloße Kategorien, dann als statische Größen gegenüber; das menschliche Handeln selbst geriet aus dem Blickfeld. Verheerend war hierbei das Gedankenbild des ökonomischen Gleichgewichts. Dieses setzt konstante Präferenzen voraus, schließt technologische Veränderungen und Veränderungen der Ressourcenausstattung aus, und ignoriert die wichtige Rolle von Ungewißheit und Zeit im menschlichen Handeln. Unter diesen Bedingungen gibt es kein Geld und auch keinen Unternehmer, was erklärt,

warum diese Konzepte bis heute so schlecht verstanden sind.

Richard Cantillon (1680–1734), ein irischstämmiger Ökonom mit spanischem Namen, der auf Französisch schrieb, war es schließlich, der den Begriff *entrepreneur* in seiner ökonomischen Bedeutung prägte. Im seinem *Essai Sur la Nature du Commerce en Général* beschrieb Cantillon die Unternehmerfunktion als jene eines „Risikonehmers“, dessen Aufgabe in der Allokation von Produktionsmitteln liegt – jene Aufgabe, die bei Adam Smith einer unpersönlichen „unsichtbaren Hand“ überlassen ist. Leider geriet aber auch Cantillon in Verges-

senheit und wurde erst im 19. Jahrhundert von William Stanley Jevons (1835–1882) wiederentdeckt, einem engen Weggefährten der Wiener Schule.

Als jener Ökonom, der den Unternehmer in die Moderne „gerettet“ hat, gilt heute Joseph Alois Schumpeter (1883–1950). Zwar hat sich Schumpeter großes Verdienst als Wiederentdecker des ökonomischen Denkens der Scholastik erworben, doch ist sein Unternehmerbegriff ein ökonomisch unvollständiger. Schumpeter ist zwar ein Schüler der Wiener Schule, doch wandte er sich dann der Neoklassik nach Léon Walras (1834–1910) zu. Er

wollte zeit seines Lebens den dynamischen Zugang der Wiener Schule im Rahmen der statischen walrasianischen Ökonomie fruchtbar machen, doch dies konnte nicht gelingen. Der Schumpeter'sche Unternehmer ist jener *deus ex machina*, der die Wirtschaft zwischen zwei Gleichgewichtszuständen fortbewegt. Somit bleibt er selbst allerdings außen vor als außerwirtschaftliches Phänomen, und Schumpeters Unternehmertheorie ist letztlich kein ökonomischer Ansatz, sondern eine Eliten- und Führertheorie.

Carl Menger (1840–1921), der Begründer der Wiener Schule der Ökonomie, erklärte in sei-

nen *Grundsätzen der Volkswirtschaftslehre* von 1871 die Unternehmerfunktion in mehreren Komponenten:

a) die Information über die wirtschaftliche Sachlage, b) die sämtlichen Berechnungen, welche ein Produktionsprozess, soll er anders ein ökonomischer sein, zu seiner Voraussetzung hat, oder mit andern Worten das wirtschaftliche Calcül, c) den Willensact, durch welchen Güter höherer Ordnung (unter entwickelten Verkehrsverhältnissen, wo der Regel nach jedes ökonomische Gut gegen andere umgesetzt werden kann, Güter überhaupt) einer bestimmten

Production gewidmet werden, und endlich d) die Überwachung der möglichst ökonomischen Durchführung des Produktionsplanes.

In dieser Erklärung des Unternehmers hatte Menger zwei wesentliche Aspekte skizziert, die schließlich von seinen Nachfolgern weiterentwickelt werden sollten. Kurz können wir diese zwei Aspekte der Unternehmerfunktion als „Wissen“ und „Willen“ zusammenfassen. Der Unternehmer benötigt, trägt und schafft ein ganz spezifisches Wissen, und ihm obliegt die Entscheidung über den Produktionsprozeß, die aufgrund ihrer Irreversibilität und

Ungewißheit einen besonderen Willensakt persönlicher Verantwortung erfordert.

Der Aspekt des Wissens wurde insbesondere von Friedrich August von Hayek (1899–1992) weiterentwickelt. Er illustriert Wirtschaft als Wissensproblem:

Der besondere Charakter des Problems einer rationalen Wirtschaftsordnung ist [...] ein Problem der Nutzung von Wissen, das niemandem in seiner Gesamtheit gegeben ist.

Den Wettbewerb beschreibt er:

als ein Verfahren zur Entdeckung von Tatsachen [...], die ohne sein Bestehen entweder unbekannt bleiben oder doch zumindest nicht genutzt werden würden.

Analog zur Arbeitsteilung bestehe eine Wissensteilung; die Unternehmerfunktion liege genau darin, diese Wissensteile aufzudecken und richtig zu verknüpfen.

Israel Meir Kirzner (*1930), einer der bedeutendsten lebenden Unternehmertheoretiker, baut auf diesem Zugang auf, um unternehmerisches Handeln konkret zu deuten. Der Unternehmer zeichne sich durch besondere *alertness* (Wachsamkeit) aus, mit der er vorher un-

entdecktes und unbekanntes Wissen aufspürt. Dieses Wissen ist Wissen um die Präferenzen der Konsumenten und die vorhandenen Produktionsmöglichkeiten. Der Unternehmergewinn ist in diesem Sinne eigentlich ein „Finderlohn“.

Ludwig von Mises, Lehrer sowohl von Hayek als auch Kirzner, entwickelte hingegen den Menger'schen Aspekt des Willensakts weiter und steht einer Reduktion auf die Funktion des Wissens sehr kritisch gegenüber. Das für den Unternehmer relevante Wissen sei noch gar nicht vorhanden, so könne es auch nicht entdeckt, nur antizipiert werden:

Was den Unternehmer von den übrigen Wirten unterscheidet, ist gerade, daß er sich in seinem Handeln nicht durch das bestimmen läßt, was war und ist, sondern allein durch das, was seiner Meinung nach sein wird. Er sieht, wie alle übrigen Menschen, die Vergangenheit und die Gegenwart; doch er sieht die Zukunft anders als sie. Den Antrieb zum Handeln gibt ihm seine, von den Meinungen seiner Mitbürger abweichende Erwartung über die Gestaltung der Zukunft.

Die Unternehmerfunktion liege eigentlich in der konkreten Übernahme dieser Ungewißheit

der Zukunft. Jede Entscheidung impliziere Ungewißheit, daher sei in diesem weitesten Sinne auch jeder Mensch Unternehmer, der seine Entscheidungen in der Hoffnung eines ungewissen „Gewinns“ (d.h. der Erreichung seiner Ziele) unternimmt und für den möglichen „Verlust“ (d.h. die Untauglichkeit der Mittel) selbst geradesteht.

Abgesehen von diesem weiten Unternehmerbegriff beschreibt Ludwig von Mises allerdings auch einen engeren. Der Unternehmer im engen Sinn sei ein „Promoter“, jene „Triebkraft des Marktes“, die die Produktionsstruktur nach den zukünftigen Konsumentenwünschen

umstellt. Es handle sich dabei um jene Menschen, die „weiterblickend und wagemutiger als die anderen“ sind, und daher eher in der Lage und willens, größere Ungewißheit auf sich zu nehmen. Der Unternehmer als Träger von Ungewißheit wird so letztlich als Verantwortungsträger verstanden. Bei Mises ist dies insbesondere die Verantwortung für knappe Mittel, die eingesetzt werden, um Produktionsfaktoren zu kaufen oder anzumieten. Da es für alle Produktionsfaktoren alternative Verwendungen gibt, sie also anderswo fehlen, was sich durch Preisverschiebungen zeigt, ist diese Verantwortung eine große. Der Verlust des

erfolgslosen Unternehmers hat so auch eine disziplinierende Funktion: Dieser Unternehmer hat Wertvolles verwendet und weniger Wertvolles daraus gemacht – aus der Sicht der Konsumenten.

Diese Perspektive, die im Unternehmer letztlich den Diener des Konsumenten sieht, kontrastiert leider sehr stark mit dem historischen Unternehmertypus. Daher findet sie wenig Anhänger. Im Konflikt zwischen Führen und Dienen in der Debatte um die Bewertung des Unternehmers schreiben die meisten dem Unternehmer eher die Machtposition zu. Einer der berühmtesten Ökonomen, die über den

Unternehmer schrieben, war wie gesagt Josef Alois Schumpeter. Für ihn ist die Essenz des Unternehmers nicht die Befriedigung einer Nachfrage, sondern das Schaffen einer Nachfrage:

Eisenbahnen sind nicht gebaut worden, weil irgendwelche Verbraucher die Initiative ergriffen haben und eine wirksame Nachfrage nach Eisenbahnen unter der Zurücksetzung von Postkutschen geschaffen haben. Ebenso wenig zeigten die Verbraucher von sich aus den Wunsch, elektrische Lampen oder kunstseidene Strümpfe zu besitzen, oder mit dem Auto oder im Flug-

zeug zu reisen, Rundfunk zu hören oder Kaugummi zu kauen. Es liegt offenbar kein Mangel an Realismus in dem Satz, daß die Mehrzahl von Veränderungen bei Verbrauchsgütern von Seiten der Produzenten den Verbrauchern aufgezwungen wurde, die in den meisten Fällen Widerstand gegen die Veränderung leisteten und durch eine raffinierte Reklamepsychotechnik erst erzogen werden mußten.

Das ist eine starke Aussage, die paradoxerweise gleichzeitig den Unternehmer fast zum Übermenschen hochstilisiert und den Markt im schlechtesten Licht erscheinen läßt. Dieses

Paradoxon taucht immer wieder auf. Der französische Denker Saint-Simon zeichnete ein ebenso übertriebenes Bild des heldenhaften Industriellen. Er behauptet in seiner „Parabole“ von 1819, daß sich das Verschwinden der Politiker und Beamten auf das Leben in Frankreich nicht wesentlich auswirken würde, während es das Verschwinden der fünfzig führenden Industriellen zugrunde richten würde. Die Regierung sei „eine Quelle des Unrechts gegen die Industrie, auch wenn sie sie zu fördern versucht“. Wahre Politik war für Saint-Simon bloß die Wissenschaft der Produktion und er sagte voraus, daß sie ei-

nes Tages vollständig von der Wirtschaft absorbiert werden würde. Saint-Simon war kein geringerer als der bedeutendste Vordenker des totalitär-technokratischen Flügels des Sozialismus.

Dieses paradoxe Muster wiederholt sich, wenn der bedeutendste intellektuelle Fürsprecher des Marktes im 20. Jahrhundert, Ludwig von Mises, ein genau gegenteiliges Bild vom Unternehmer zeichnet: Mises' Unternehmer ist ein Diener, kein Führer, allenfalls ist er Vorreiter dabei, besser zu dienen. Dabei widerspricht er wie so oft seinem Landsmann Schumpeter diametral – und doch werden beide oft leicht-

fertig derselben ökonomischen Schule zugerechnet. Eine ironische Fußnote der Geschichte ist es, daß Schumpeter, der Fürsprecher des Führens, als Intellektueller ein großer Opportunist war, während Mises stets als kompromißloser Verfechter seiner Prinzipien auftrat und sich intellektuell nirgends andiente, sondern stets führte. Mises beschreibt den dienenden Unternehmer so:

Was sich der Verbraucher wünscht, kümmert dabei Unternehmer und Kapitalisten nicht. Sie sind nur die gehorsamen Diener des Verbrauchers und dienen ohne Widerrede seinen Befehlen. Es ist nicht ihres

Amtes, dem Verbraucher vorzuschreiben, was er genießen soll. Sie liefern ihm, wenn er es wünscht, Gift und Mordwaffen. Es ist ihnen als Produzenten ganz gleichgültig, was ihr Herr, der Verbraucher, von ihnen fordert. [...] Die Menschen trinken nicht Alkohol, weil es Bierbrauereien, Schnapsbrennereien und Weinbau gibt; man braut Bier, brennt Schnaps und baut Wein, weil die Menschen geistige Getränke verlangen. Das „Alkoholkapital“ hat weder die Trinksitte noch die Trinklieder geschaffen. Die Kapitalisten, die Aktien von Brauereien und Brennereien besitzen, hätten lieber Ak-

ten von Verlagsbuchhandlungen erworben, die Erbauungsbücher vertreiben, wenn die Nachfrage nach geistlichen Büchern stärker wäre als die nach geistigen Getränken. Nicht das „Rüstungskapital“ hat den Krieg erzeugt, sondern die Kriege das „Rüstungskapital“.

Ökonomisch liegt Mises wesentlich näher an der Wahrheit. Historisch und psychologisch womöglich nicht. Die wenigsten Unternehmer werden wohl den Konsumenten tatsächlich als ihren „Herren“ betrachten. Hier zeigt sich wieder, daß man deutlich zwischen der Unternehmerfunktion und dem Realtypus des „Un-

ternehmers“ unterscheiden muß. Der Begriff ist vor allem deshalb so schwierig und läßt zu so vielen Mißverständnissen ein, weil er so verschiedene Phänomene beschreibt.

Eine Typologie des Unternehmers

Es ist daher nun geboten, diese Phänomene genauer zu unterscheiden. Dazu eignet sich am besten eine Typologie des Unternehmers in all seinen Erscheinungsformen. Ein Typus, der zunächst unter dem Begriff erfaßt wird und auch heute noch in den Assoziationen dominiert, ist derjenige des Führers im allgemeinen Sinne. Auch Joseph Schumpeter betonte diesen Aspekt aus ökonomischer Perspektive. Später stellte sich heraus, daß dies eigentlich eine soziologische Perspektive ist und ihr ökonomisches Verständnis durch Schumpeter fehlerhaft ist. Schumpeter hat sich

letztlich um eine soziologische Elitentheorie verdient gemacht, die Funktion und Dynamiken von Führungsfiguren analysiert, die sich um die Durchsetzung von Neuem verdient machen. Dazu gehören bestimmte Charakterzüge. Traditionell rechnet man diesen Typus eher der Politik als der Wirtschaft zu. Diese Zurechnung ist plausibel, wenn man in der Politik den Bereich der Präferenzveränderung und in der Wirtschaft den Bereich der Präferenzbefriedigung sieht. Dann ist das Auftreten des erfolgreichen Wirtschaftsunternehmers nicht das eines Führers, dem Menschen folgen, sondern das eines Dieners, der den Wün-

schen der Menschen besser als andere zu folgen vermag. Entsprechend verschob sich Schumpeters Augenmerk auch von der Wirtschaft auf die Politik. Natürlich bringt auch ein Unternehmer im engeren Sinn Veränderungen hervor, aber er ist nur der *Promoter*, der Veränderungen zum Ausdruck verhilft, die bereits in den Präferenzen der Menschen ablaufen. Und wenn er Menschen vermeintlich verändert, indem er sie informiert, aufklärt, scheinbar gar erzieht, so muß er sich doch damit zufrieden geben, was im Ansatz schon an Einsicht und Bereitschaft da ist; er ist nur die Hebamme der Veränderung. Denn als wirt-

schaftender Akteur, der im engsten Mises'schen Sinne Finanzmittel für Produktionsmittel einsetzt, ist er auf die freiwillige Zahlungsbereitschaft seiner Mitmenschen angewiesen, die er richtig antizipieren muß.

Bedeutet dies, daß der Unternehmer in seiner heroischsten Ausprägung eher als Politiker betrachtet werden sollte? Dies wäre ein Mißverständnis. Zunächst muß klar sein, daß keine Rede von Parteipolitikern heutigen Zuschnitts ist; deren Führungsfunktion ist reines Schauspiel. Sodann ist es wichtig, keine künstliche Trennung zwischen Gesellschaft und Wirtschaft zu konstruieren. Jemand, der hilft,

eine Veränderung auszulösen, tut dies in der Regel durch sein besonders überzeugendes Vorbild. Dieser Typus zeichnet sich durch die Tugend der *fortitudo* aus (standhafter Mut). Nötig ist allerdings auch Überzeugungskraft. Diese Überzeugungskraft bedeutet Macht und diese kann physischer Kraft, Beziehungen, eigenen Verdiensten, Zufällen, privilegierten Positionen geschuldet sein, kann langsam aufgebaut werden oder plötzlich gegeben sein – alleine durch die besonders eindruckliche Wirkung des mutigen Vorbilds. Es ist möglich, daß dieser Anführer einer Veränderung auch jener Unternehmer im engeren Sinn ist,

der diese Veränderung richtig antizipiert und sein Vermögen dafür einsetzt, den Menschen bei der Umsetzung dieser Veränderung in ihrem Leben behilflich zu sein. Dies fällt nicht notwendigerweise zusammen, denn Veränderungen geschehen meist durch kleine Minderheiten und drücken sich in der Regel nur durch eine generationenlange Abfolge winziger Änderungen aus, die unzählige Veränderer erfordern.

Der erwähnte Unternehmer im engeren Sinne ist derjenige, der Kapital aufbaut. Kapital ist etwas anderes als Geld. Es handelt sich dabei um eine großteils irreversible Struktur von

Gütern, Wissen, Kontext, Menschen, Talenten. Der Aufbau einer solchen Struktur ist ein großes Wagnis, denn das ungewisse Ziel ist es, Wertvolleres aus diesen Bestandteilen zu schaffen. Diese lassen sich in einer funktionierenden Geldwirtschaft zumindest teilweise in einem Rechenmaß ausdrücken. Wertvoller ist das Ergebnis nur, wenn die Neukombination der Bestandteile Menschen dabei hilft, höhere Ziele eher, nachhaltiger oder in größerem Ausmaß zu erreichen. Dies kann die höhere Quantität eines Produktes bedeuten, aber auch die höhere Qualität; es kann ein rein materielles Ergebnis sein oder weit darüber hinaus

gehen – schließlich sind die meisten Ziele im Grunde nicht-materieller Natur.

Die Voraussetzung, diese Funktion zu erfüllen, ist es, Ersparnisse zu bilden. Sparen kommt von einem alten indogermanischen Wort für „retten“, „bewahren“. Es geht darum, Wertvolles für alternative Verwendungen zu erhalten, anstatt es in der direktesten Verwendung aufzubrauchen. Dieses Sparen hat zunächst hortenden Charakter, es geht darum Werte über die Zeit zu bewahren, bis man den rechten Zeitpunkt und Kontext gefunden hat, sie für Besseres und Höheres einzusetzen.

Dieser Einsatz, der das Ziel das Sparens darstellt (abgesehen von der Vorsorge), ist der investive Aspekt des Sparens. Investieren bedeutet wörtlich „einkleiden“, das meint, den behüteten Werten eine Funktion zu geben. Diese Funktion besteht darin, Wertvolleres hervorzubringen, was eine so schwierige Aufgabe ist, daß sie in der Regel mißlingt. Ohne Menschen, die diese Funktion erfüllen, lebt eine Gesellschaft im wahrsten Sinne des Wortes nur von der Hand in den Mund. Kapitalaufbau ist Wohlstandsaufbau. Dieser Unternehmertypus zeichnet sich durch die Tugend der *temperantia* aus. Gemeint ist jene Mäßi-

gung, die sehr langfristiges Handeln, Ersparnisbildung und Kapitalaufbau ermöglicht. Obwohl Kapitalaufbau stets ein großes Wagnis ist, steht dieser Typus im starken Kontrast zum wagemutigen Glücksritter. Langfristig erfolgreiche Unternehmer in diesem Sinne suchen nicht das Risiko als Selbstzweck, sondern sind in der Regel sehr vorsichtig und umsichtig.

Der dritte Typus, der diesem so gar nicht entspricht, historisch aber eher mit dem Unternehmer assoziiert wird, ist derjenige des Projektemachers. Auf Neudeutsch könnte man vom *Checker* sprechen. Dabei handelt es sich

um jene besonders geschickten Akteure, die aufgrund ihrer Netzwerke und ihrer Schlaueit (bis hin zur Gerissenheit) allerlei Lücken in Notlagen als erste zu schließen vermögen. Dieser Unternehmertypus übernimmt zwar durchaus eine wichtige Funktion, das Überhandnehmen dieses Typus ist aber stets ein negatives Zeichen. Denn er gedeiht besonders, wenn der gesellschaftliche Rahmen zerstört ist. Der Film „Der Dritte Mann“ ist beispielsweise ein gelungenes Portrait jener Zeit, als in Wien diese spezifische Unternehmerkultur florierte. Es handelt sich um die Besatzungszeit nach dem Zweiten Weltkrieg. Ein ähnliches Über-

handnehmen der Projektemacher wurde im Sozialismus beobachtet. Dort wurden 40 Prozent aller Güter über den Schwarzmarkt besorgt. Als Gorbatschow aus Ahnungslosigkeit diesen Schwarzmarkt unterdrückte, kollabierte die Sowjetunion.

Leider kann es sich aber durchaus auch um schlechte Projekte handeln, die dieser Unternehmertypus unternimmt. Da seine Funktion einen eiskalten Pragmatismus voraussetzt, darf man sich auf seinen moralischen Kompaß nicht verlassen. Der Projektemacher, zu dem viele heute erfolgreiche Unternehmer zu zählen sind, würde auch seine Großmutter ver-

kaufen. Er nützt Beziehungen und Zugang zu Informationen, Krediten und Aufträgen zu seinem Vorteil, der in einer verzerrten Volkswirtschaft leider allzu oft der Nachteil seiner Mitmenschen ist. Man möchte diesem Unternehmertypus die Tugend der *prudentia* (Klugheit) wünschen, es reicht aber meist nur zur Schlauheit. Schließlich handelt es sich hierbei um keinen Idealtypus, sondern einen Realtypus.

Ein diesem ähnlicher Realtypus, aber mit anderer Betonung, ist jener *entrepreneur*, der dem historisch am häufigsten anzutreffenden Wortsinn entspricht und uns demnach in der

historischen Darstellung vorwiegend begegnete: der Staatsunternehmer. Hierbei handelt es sich *de facto* um ausgelagerte Beamte mit Führungsfunktion. Diese Betriebsführer sind eher den Beamten zuzurechnen, weil ihre Haupteinnahmequelle Steuermittel oder Inflationsmittel sind (Inflation ist eine versteckte Steuer). Ihre Unternehmen werden direkt über Staatsaufträge oder Subventionen finanziert, sie leben von den Aufträgen anderer Staatsunternehmen oder aber sie partizipieren durch besondere Bankennähe an der Inflationierung: entweder durch eigene Kreditvergabe, durch Aufträge von Kreditgebern oder durch über-

wiegende Kreditfinanzierung. Diese Unternehmen sind in der Regel besonders groß, weisen Managergehälter in absurder Höhe auf und betreiben Lobbying.

Ein weiterer Realtypus, und der letzte hier vorzustellende Unternehmertyp, entspricht am ehesten der üblichen Definition und am wenigsten der üblichen Assoziation. Dieser bemerkenswerte Widerspruch führt zu den meisten Mißverständnissen über das Unternehmertum. Interessant ist, daß dieser Typus in starkem Kontrast zum historischen Verständnis des *entrepreneur* steht. Es handelt sich um den Realtypus des Selbständigen. Dieser ist

Eigentümer seiner Werkzeuge und schafft Werke für mehr als einen Kunden. In der historischen Perspektive fällt sogleich auf, daß man erst dann begann, den Unternehmer besonders zu betonen, als der reale Unternehmer im Sinne des kleinen Selbständigen zu verschwinden begann. Wenn etwas besondere Betonung erfährt, ist dies oft ein Alarmsignal.

Der Idealtypus des Unternehmers oszillierte so zwischen Held und Sündenbock. Von den einen stets der Unmoral verdächtigt und beneidet, von den anderen zum geradezu übermenschlichen Ideal hochstilisiert, glaubt der typische Selbständige bald schon selbst, mit

seiner menschlichen Normalität aus der Norm zu fallen.

Noch nie in der Geschichte gab es so viele Lohnabhängige, und natürlich hat sich die Wirtschaftsstruktur dieser Gegebenheit ebenso angepaßt, wie sie selbst Ursache davon ist. Der typische Unternehmer ist ein Normalo; schlimmer noch, in vielen Aspekten liegt er deutlich unter dem Durchschnitt. Im Laufe ihres Lebens erleben viele Menschen irgendwann Phasen der Selbständigkeit – der wohlklingende Begriff täuscht darüber hinweg, daß diese „Selbständigkeit“ selten gewollt ist, bezeichnet sie doch bloß die Abwesenheit einer

festen Anstellung mit regelmäßigem Gehalt. Wenig idyllisch beschreibt Scott A. Shane diesen Durchschnittselbständigen:

Der typische amerikanische Unternehmer ist ein verheirateter weißer Mann in seinen Vierzigern, der das College besuchte, aber nie abschloß. Er lebt an Orten wie Des Moines oder Tampa, wo er geboren wurde und den größten Teil seines Lebens verbracht hat. Sein neues Unternehmen ist im Niedrig-Technologie-Bereich, wie eine Baufirma oder eine Autowerkstätte, in einer Branche, in der er jahrelang gearbeitet hat. Das Unternehmen, das der typische Unter-

nehmer gegründet hat, ist ein Einzelunternehmen, finanziert mit \$25.000 aus seinen Ersparnissen und vielleicht einem Bankkredit, für den er persönlich haftet. Der typische Unternehmer plant nicht, viele Leute anzustellen oder viel Geld zu verdienen. Er will bloß seinen Lebensunterhalt verdienen und seine Familie ernähren. Kurz, der typische Unternehmer ist Ihr Nachbar – er ist der Unternehmer von nebenan.

Dies klingt alles selbstverständlich; doch die üblichen Assoziationen und damit die häufigsten Illusionen beim Thema Unternehmertum sind allesamt auf ein Unternehmerbild zurück-

zuführen, wie es uns die Medien vermitteln. Es ist auch hier der aus der Logik der Massenmedien folgende, mangelnde Alltagsbezug, der falsche Bilder erzeugt und mit der Zeit einprägt. Zwar ahnen wir aufgrund unserer Alltagserfahrung und der Reste von Hausverstand, daß die Welt eine andere ist, doch darf nicht unterschätzt werden, wie sehr die sich verselbständigenden Bilder unser Denken prägen und damit manipulieren – ohne daß hier ein besonderer Plan dahinter stehen muß.

Noch trister wird das Bild, wenn man sich ansieht, welche Menschen eine besondere Tendenz zur „Selbständigkeit“ aufweisen. Nun

überrascht es nicht mehr, daß Arbeitslose, Geringverdiener und Drogendealer die höchste Wahrscheinlichkeit aufweisen, als „Unternehmer“ in die Statistik einzugehen. Man mag einwenden, daß der Begriff des „Unternehmers“ auf die Eigentümer einer Rechtsperson eingeschränkt werden sollte, doch wäre dies nicht weniger willkürlich. Die meisten Unternehmer, auch jene mit florierenden Unternehmen, sind Einzelunternehmer. Die Rechtsform selbst ist bloße Formalität, die sich mehr nach den gesetzlichen Rahmenbedingungen richtet. Das typische Unternehmen wird jedenfalls nicht gegründet, weil der Un-

ternehmer reich werden möchte oder das Gründen so viel Spaß macht, sondern weil er oder sie nicht für jemand anderen arbeiten möchte – oder kann! Statistisch lassen sich diese zwei Motivationen allerdings nicht trennen, und auch in der Realität überlappen sie großteils.

Entsprechend niedrig ist die Erfolgsrate von Unternehmen. Ein Fünftel der *start-ups* werden in den USA bereits nach einem Jahr aufgegeben, in Europa ein Viertel. Nur 45 Prozent überleben fünf Jahre, nur 30 Prozent zehn Jahre. Ein Fünftel der Unternehmer bleibt für immer in der *start-up*-Phase stecken, das heißt

das Unternehmen kommt nie über das Versuchsstadium hinaus und stellt eher ein teures Hobby dar. 70 Prozent der Unternehmer schätzen nach vier Jahren ihre Unternehmensgründung als nicht erfolgreich ein. Nur ein Drittel aller Kleinunternehmen wirft überhaupt jemals mehr als \$10.000 jährlichen Profit ab. Deutschland führt die Liste der Länder mit deutlichem Mehraufwand für Unternehmer an: Selbständige arbeiten im Schnitt 15 Stunden mehr pro Woche. Praktisch überall gilt: Der durchschnittliche Unternehmer arbeitet härter und verdient weniger. Unternehmer gehören zu der Gruppe mit den größten

Einkommensunterschieden. Die erfolgreichsten 10 Prozent besitzen drei Viertel des Geschäftsvermögens. Blendet diese Verlockung? Sind die meisten Unternehmer schlicht überoptimistische Narren?

Die meisten unserer Mythen über Unternehmer glorifizieren sie. Sie stellen Unternehmer als brillante Geschäftsleute dar, die solch kluge Entscheidungen fällen, daß sie das wirtschaftliche Äquivalent der Umwandlung von Blei in Gold schaffen. Wenn diese Mythen stimmen, sollten wir erwarten, daß der durchschnittliche Unternehmer kluge Entscheidungen fällt. Doch das ist nicht der Fall. Die Daten zeigen,

daß der typische Unternehmer viele Entscheidungen fällt, die tatsächlich die Chancen reduzieren, daß sein Unternehmen von Erfolg gekrönt sein wird. Zum Beispiel gründen die meisten Unternehmer in Branchen mit den niedrigsten Erfolgsaussichten.

Doch diese Schlußfolgerung geht etwas zu weit. Die alleinige Aussicht auf den seltenen Erfolg ist keine hinreichende Erklärung für das Unternehmertum, zumal dieses Motiv eher die Ausnahme zu sein scheint. Tatsächlich ist trotz des schlechteren Abschneidens in praktisch allen quantitativ meßbaren Faktoren die Arbeitszufriedenheit unter Selbständigen

deutlich höher als unter Angestellten. So deutlich, daß im Schnitt ein zweieinhalb Mal höheres Einkommen nötig wäre, um dies auszugleichen. Das heißt: Menschen sind für die Selbständigkeit sogar bereit, auf mehr als die Hälfte ihres Einkommens zu verzichten. Es scheint eine anthropologische Tatsache zu sein, daß sich Menschen in kleineren Gruppen wohler fühlen. Die entscheidende Variable für die Arbeitszufriedenheit ist nämlich die Unternehmensgröße: je größer das Unternehmen, desto geringer die Zufriedenheit.

In letzter Zeit ist es in Mode gekommen, daß Politiker Lobreden auf das Unternehmertum

halten, während ihre Taten das Leben kleiner Selbständiger oft unerträglich bis unmöglich machen. Die beste „Wirtschaftspolitik“ sei die „Förderung“ von Unternehmensgründungen. Insbesondere für einkommensschwache Gruppen wird der „Weg in die Selbständigkeit“, der praktischerweise ein Weg aus der Arbeitslosenstatistik ist, gepriesen. Dank staatlicher Subventionen ist zudem eine urbane *start-up*-Schickeria entstanden, die ihr „Unternehmertum“ als Zeichen besonderer „Kreativität“ zelebriert.

Die Logik, wonach es zur Steigerung von Unternehmensgründungen leichteren Zugang zu

Fremdkapital bräuchte, erweist sich dabei als die übliche Verwechslung von Korrelation und Kausalität in Statistiken. Nicht wo mehr Kapital (heute in der Regel Kredit) „zur Verfügung“ steht, werden mehr Unternehmen gegründet, sondern, wo mehr Unternehmen gegründet werden, wird in Summe mehr Fremdkapital aufgenommen. Die Konzentration auf das wundersame Venture Capital schließlich, dessen Abwesenheit die größte Bedrohung des Unternehmertums wäre und dringend überwunden werden müsste, resultiert aus der oben erwähnten Verzerrung der Realität durch die Medien. Tatsächlich werden selbst im Mutter-

land des „Venture Capital“, den USA, auf diese Weise bloß 0,03 Prozent aller Unternehmen finanziert.

Wenn man alle Selbständigen unabhängig von der Unternehmensgröße in einer Statistik zusammenfaßt, gelangt man zur irritierenden Aussage, daß das durchschnittliche neu gegründete Unternehmen (also auch die neu aufgenommene selbständige Tätigkeit einer Person) die verfügbaren Ressourcen schlechter, das heißt weniger produktiv einsetzt, als das durchschnittliche bestehende Unternehmen. Daraus müßte man dann folgern, daß die Anzahl von Unternehmensgründungen einen

negativen Einfluß auf den Wohlstand hätte. Auch der Beschäftigungseffekt wäre dann eine Illusion: Um in zehn Jahren neun zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen, müßten in den USA heute 43 *start-ups* gegründet werden.

Hier erweist sich allerdings der rein statistische Zugang als verzerrend. Ein gutes Leben besteht sicher nicht darin, das Bruttoinlandsprodukt zu fördern, und es ist keinesfalls die Aufgabe der Politik, Menschen Arbeitsplätze nach ihrer statistisch erwarteten Produktivität zuzuweisen. Dies wäre nicht nur ethisch inakzeptabel, sondern ist, der statistischen Illusion vom hinreichenden Wissen zum Trotz, auch

ökonomisch unmöglich. Die Folgen solcher „Korrekturen“ scheinbar suboptimaler menschlicher Entscheidungen sind niedrigere Produktivität und niedrigerer Wohlstand. Zudem wird deutlich, wie stark die Statistik selbst durch die Rahmenbedingungen verzerrt wird. In einem Zeitalter der Inflationierung und des ausgeprägten, aber gut getarnten Interventionismus, ist es kein Wunder, daß kleine Unternehmen ohne Lobby, Privilegien, Subventionen und millionenschwere Kredite neben den Großen lächerlich wirken und mit ihrer niedrigen „Produktivität“ den Durchschnitt drücken.

Die Berufung des Unternehmers

Als positiver Rest des Unternehmerbegriffs bleibt die Selbständigkeit und die Verantwortung. Nur hierbei handelt es sich tatsächlich um Ideale, die anzustreben sind. Verantwortung ist unbequem, denn sie bedeutet das Riskieren des eigenen Vermögens, des eigenen Rufes, womöglich des eigenen Lebens. Selbständigkeit hat wenig Heroisches an sich, die meiste Zeit handelte es sich um einen ganz selbstverständlichen Aspekt des menschlichen Lebens, den man nicht sonderlich betonen mußte. Darum verwendete man dafür auch keinen großen, neuen Begriff. Als das Wort

„Unternehmer“ aufkam, da war diese Selbständigkeit schon im Schwinden begriffen. Heute ist diese Selbständigkeit nicht mehr so selbstverständlich, darum darf sie betont werden. Ob sich das Wort „Unternehmer“ mit seiner großen historischen Last dafür eignet, ist eine andere Frage.

Warum ist Selbständigkeit ein Ideal? Weil sie die Identifikation mit einem eigenen Werk ermöglicht und Menschen zu eigener Verantwortung animiert – ihnen also Eigenes anstelle von Fremdem bietet und somit das beste Rezept gegen die vielbeklagte Entfremdung darstellt. Zudem bedeutet eine größere Zahl von

Selbständigen eine geringere durchschnittliche Unternehmensgröße. Kleinere Einheiten bieten in der Regel einen menschlicheren, weil menschennäheren Bezug. Der Lebensweg des Massenmenschen, der in überdimensionierten Schlafburgen wohnt, in überdimensionierten Betrieben arbeitet und an überdimensionierten Gesellschaften partizipiert, ist ein besonders trostloser und nicht nachhaltiger. Zu dieser Existenz des Proletariats ohne Eigenes, ohne Sinn und ohne Hoffnung, ist ein selbständiges Leben und Wirken in menschlicheren Einheiten die einzige Alternative.

Dies ist ein Aspekt und noch keine eigene Berufung. Wenn man möchte, kann man von einem unternehmerischen Zugang zum Leben, vielleicht vom Lebensunternehmer sprechen. Dabei darf man sich aber vom historischen Kontext des Begriffs nicht zu falschen Assoziationen und Schlüssen verleiten lassen. Selbständigkeit ist ein Weg, konkrete Berufungen zu leben. Das Ausüben eines bestimmten Werkes, als Handwerker, Landwirt oder Händler, kann eine solche Berufung darstellen. Selbständigkeit erleichtert es, eine ganz persönliche Berufung zu finden, zu entwickeln und auszuüben. Der Weg zum Leben dieser –

wenn man so möchte, unternehmerischen – Berufung ist theoretisch simpel und praktisch unendlich schwer. Er ist hinreichend simpel, sodaß man kein großes Aufhebens darum machen muß. Dieser Realtypus ist zu langweilig für Hochglanzmagazine, sein Lebensweg ein zu naheliegender. Doch heute ist das Nächstliegende oft das Entfernteste und Schwierigste.

Die betrachtete Berufung, ein eigenes Werk auszuüben, manifestiert sich in der Regel in fünf Etappen, die niemals abgeschlossen sind: Lernen, Üben, Dienen, Sparen, Investieren. Ein Werk lernt man nicht in Schulen oder an

Universitäten, sondern durch das Üben. Das Üben ist zugleich ein Ausüben, das zur Meisterschaft führt und das täglich Brot verdienen läßt. Das Verdienen ist stets ein Dienen: Das Werk, das für den Mitmenschen wertlos ist, mag von hohem Wert sein, nährt uns aber nicht. Wer von seiner Arbeit ehrlich leben will, muß dienen. Da man dieses Dienen nicht gänzlich in der Hand hat, sondern auf die Wertschätzung und Zahlungsbereitschaft des Nächsten angewiesen ist, muß man errungene Werte bewahren. Dies ist auch der einzige Weg, das Werk zu verbessern und das Verdienst zu vergrößern: Indem diese Ersparnisse

reinvestiert werden, indem die geschaffenen Werte wieder eingesetzt und riskiert werden, um größere Werte für unsere Mitmenschen hervorbringen zu können.

Wenn sich mehrere Selbständige in Unternehmen zusammenschließen, so haben diese Partnerschaften stets den Charakter eines Verdienvereins, der Synergien sucht, um gemeinsam Größeres, Besseres, Schöneres und Höheres zu schaffen. Ein historischer Zusammenschluß von Selbständigen, der sich der Qualitätskontrolle und der Synergien annahm, war die Zunft. Leider entartete diese zuneh-

mend zum Kartell – die größte Verlockung und Gefahr von Selbständigen-Bünden.

Wenn Selbständige in ihren Unternehmen unselbständigen Mitarbeitern einen Platz bieten, so handelt es sich um eine besondere Organisationsaufgabe. Ohne die Verzerrungen zugunsten von Großunternehmen wäre eine solche Form der Zusammenarbeit dann ratsam, wenn ein Unternehmer in diesem Sinne in diesen Menschen im konkreten Kontext der aufgebauten Kapitalstruktur ein größeres Potential zu sehen vermag als sie selbst und als andere Mitbewerber. Diese Zusammenarbeit muß immer auch Sinnkoordination sein:

Menschen einen eigenen Ort in diesem Unternehmen zu bieten, der ihrer Existenz jenen Sinn verleiht, den sie auf eigene Faust noch nicht entdeckt haben. Letztlich geht es um das Schaffen eines Lebensunterhalts im weitesten, nicht bloß materiellen Sinne – das, was man auf Englisch so schön ein *livelihood* nennt. Dies für andere zu bewerkstelligen, ist eine riesige Aufgabe, die nur wenigen vorbehalten ist. Die meisten scheitern ja schon daran, ihre eigene Berufung zu finden und zu leben.

Schließlich schränken die aktuellen Verzerrungen diese Möglichkeiten stark ein. Aufgrund des falschen Arbeitnehmerschutzes

kommt es dazu, daß nur noch Hochproduktive eine Anstellung finden können; Menschen niedrigerer Produktivität werden systematisch aus dem Arbeitsmarkt gedrängt. Deren „Selbständigkeit“ ist dann oft eine Farce, manchmal spricht man gehässig von der *Ich-AG*. So finden sich sinnerfüllte Formen unselbständiger Tätigkeit oft nur noch im nicht-gewinnorientierten oder gar gänzlich ehrenamtlichen Bereich, da dieser noch Regulierungs- und Steuerlücken nützen kann.

Zwar ist die Selbständigkeit eine Alternative zu sinnleeren Jobs, doch sie ist der schwierigere, unbequeme Weg. Kleine Selbständige fin-

den in unserer Wirtschaftsstruktur nur noch wenig Atemluft. Oft bietet sich für diese Selbstständigkeit nur der hochskalierte Vertrieb von massenproduziertem Gerümpel an, der den Konsumenten psychologisch geschickt „aufgedrückt“ werden muß.

Die heutige Betonung des Unternehmers und das Bemühen der Politik um das Unternehmertum sind klare Zeichen dafür, daß die einfache und ehrliche Wirtschaftstätigkeit immer weniger Raum findet. So kommen wir zum paradoxen Schluß, daß es am besten wäre, den Unternehmer mitsamt unserer Vorstellungen von großspurigen Unternehmensgründungen,

schnellem Gewinn und Selbstverwirklichung zu vergessen und uns auf das Nächstliegende und Einfachste zu konzentrieren: ein gutes, ehrbares, sinnerfülltes Leben abseits der großen Versprechungen und Illusionen zu führen. Dazu braucht es keinen *business plan*, keine Kredite, keine Hochglanzbroschüren, keine *connections*, aber viel Mut, Mäßigung und Klugheit. Ob wir diese Tugenden ausgerechnet bei „Unternehmern“ finden, wird immer fraglicher.■

Quellen

Zur Etymologie insbesondere:

- Hoselitz, Bert F. (1951): "The Early History of Entrepreneurial Theory." Explorations in Entrepreneurial History 3: 193–220. Reprinted Joseph J. Spengler and William R. Allen, eds., Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall. Chicago: Rand McNally & Company, 1960, pp. 234–57.
- Fritz Redlich (1964): Der Unternehmer. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

Zur Geschichte und Gegenwart insbesondere:

- Henning, Friedrich-Wilhelm: Die Einführung der Gewerbefreiheit und ihre Auswirkungen auf das Handwerk in Deutschland. In: Wilhelm Abel, Hg. (1978): Handwerksgeschichte in neuer Sicht. Göttingen.
- Fritz Redlich (1964): Der Unternehmer. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Sedillot, René (1989/1987): Hat sich die Revolution gelohnt? Übers. von Wolfgang Tschöke. Göttingen: Steigl.
- Schäfer, Max (1972): Die Mächtigen der Wirtschaft. Würzburg: Arena Vlg.

- Weber, Wilhelm (1973): Der Unternehmer – Eine umstrittene Sozialgestalt zwischen Ideologie und Wirklichkeit. Köln: Hanstein
- Röpke, Wilhelm, (1979/1942), Die Gesellschaftskrisis der Gegenwart. Bern: Paul Haupt
- Heinrich, Walter (1962): Probleme des Klein- und Mittelbetriebes in Handwerk und Gewerbe. Münster/Westfalen
- Schumpeter, Joseph Alois (1942): Capitalism, Socialism and Democracy
- Messner, Johannes (1968). Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre.

Beiträge zur Gesellschaftspolitik. Köln: Bund Katholischer Unternehmer e.V.

- Shane, Scott A. (2008): The Illusions of Entrepreneurship. The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By. New Haven & London: Yale University Press

Zur ökonomischen Funktion insbesondere:

- Menger, Carl (1871): Grundsätze der Volkswirtschaftslehre. Wien: Wilhelm Braumüller.
- Knight (1965): Risk, Uncertainty, and Profit. New York: Harper & Row

- Hayek, Friedrich A. (1945): The Use of Knowledge in Society, American Economic Review, XXXV, No. 4 (September).
- Hayek, Friedrich A. (1968): Der Wettbewerb als Entdeckungsverfahren. Kieler Vorträge No. 56. S. 249-265.
- Kirzner, Israel M. (1973): Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. (1978): Wettbewerb und Unternehmertum. Tübingen: Mohr Siebeck
- Mises, Ludwig von (1940): Nationalökonomie - Theorie des Handelns und Wirtschaftens. Genf: Editions Union. / (1949/1996): Human Action. Irvington: Foundation for Economic Education.
- Mises, Ludwig von (1922): Die Gemeinwirtschaft – Untersuchungen über den Sozialismus. Wien: Fischer
- Schumpeter, Joseph A. (1961/1939). Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalistischen Prozesses. 1. Bd. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

The background is a solid green color with large, white, stylized swirling patterns that resemble calligraphic flourishes or smoke. These patterns are positioned on the left and right sides of the page, framing the central text area.

WERTEWIRTSCHAFT.org

ISBN: 978-3-902639-21-9