

EIN GEFÜHL DER ENTFREMDUNG

EIN STANDPUNKT VON PROF. DR. TOM A. RÜSEN

Einst als „Rückgrat der deutschen Wirtschaft“ gerühmt, wundern sich Familienunternehmer heute über nachlassende Wertschätzung. Sind ihre Leistungen (zu) selbstverständlich geworden? Ein Plädoyer für mehr Austausch und weniger Meinung.

Vor Kurzem postete ich in einem Netzwerk: „In unserem Land haben Familienunternehmen nicht (mehr) das gesellschaftliche Ansehen wie noch vor zehn Jahren. Die allgemeine Grundhaltung gegenüber dem Kern unserer sozialen Marktwirtschaft ist deutlich umgeschwungen. Dies kann die eine oder andere Verkaufsüberlegung bestärken.“ Sofort fluteten die Kommentare herein ... und deren allgemeiner Tenor bestätigte meine Wahrnehmung. Es ist eine Kluft entstanden zwischen der über Generationen hinweg erbrachten unternehmerischen Leistung und der Wahrnehmung des Familienunternehmertums in Gesellschaft und Politik. Das ist fatal. Was hat sich in Deutschland so verändert, dass die tief im Boden der sozialen Marktwirtschaft verwurzelten mittelständischen (Familien-)Unternehmen sich heute zunehmend ihrer Heimat entfremdet fühlen?

Darüber muss die Gesellschaft als Ganzes miteinander ins Gespräch kommen – und zwar nicht nur bei Twitter und LinkedIn. In Kommunen und Regionen müssen die Menschen wieder debattieren und streiten und schließlich ein Zukunftsbild von Wirtschaft als Kern unserer Gesellschaft entwerfen. Was sind die Berufsanfänger, die Beamten, die Arbeitslosen, die Führungskräfte zu leisten bereit und was erwarten sie von einer, von ihrer, Marktwirtschaft?

Gleichermaßen ist die Politik gefordert, nicht nur in immer neuen Regularien zu beschreiben, was schön und wünschenswert wäre, sondern auch einmal einen Gang herunterzuschalten und das Machbare unserer Volkswirtschaft in den Blick zu nehmen. Familienunternehmer und -unternehmerinnen sind generell Persönlichkeiten, die vorangehen, nicht hinterherhinken. Und sie sind schnell beim Erkennen und Ergreifen von Chancen. Was sie für ihre strategischen Entscheidungen aber brauchen, sind planbare Rahmenbedingungen.

Zudem muss die Wissenschaft ihren Beitrag leisten. Das sage ich als Familienunternehmensforscher – weil ich weiß, dass die verschiedenen Blickwinkel auf das Unternehmertum dazu beitragen können, Lösungen zu finden. Es bedarf nicht immer avancierterer Studien, sondern – im Dienste der Gesellschaft – einer ganzheitlichen Suche nach neuen Wegen, sei es in Thinktanks oder anderen Netzwerken.



Prof. Dr. Tom A. Rüsen ist Vorstand der WIFU-Stiftung in Witten/Ruhr und Geschäftsführender Direktor des Wittener Instituts für Familienunternehmen (WIFU). Er gilt als einer der führenden Familienunternehmensforscher.

Und natürlich sind auch die Familienunternehmer und Mittelständler an der Reihe. Sie, nicht ihre Verbandsvertreter, müssen zwischen Betriebsversammlung und Talkshow einen dritten, einen gesellschaftlichen Ort finden, an dem sie vermitteln, warum sie unverzichtbar und der Kern unserer Wirtschaft sind. Viele Unternehmer haben Angst vor Neiddiskussionen und blenden aus, dass sie und ihre Familien meist durchaus beneidenswert sind. Doch dafür leisten sie auch viel – warum nicht darüber sprechen? Es hilft nicht, über mangelnde Wertschätzung zu klagen. Familienunternehmer sollten viel mehr nach Gelegenheiten suchen, sich zu Wort zu melden, über ihre Leistungen (nicht nur ihre Erfolge) zu berichten und zu erzählen, wie es sich anfühlt, Unternehmer und Arbeitgeber in Deutschland zu sein. Das Familienunternehmertum ist nicht nur für unsere Volkswirtschaft, sondern für unseren Gesellschaftsentwurf viel zu wertvoll, um seinen Ausverkauf einfach hinzunehmen. ■