

Die Zukunft der Familienunternehmen – Zugpferd, Milchkuh oder Schlachtvieh: Was soll es sein?

Mittelständische Familienunternehmer sind gewohnt, nach eigenem Kompass zu segeln. Sie erwarten keine staatliche Unterstützung, wären allerdings dankbar, wenn die Belastbarkeit der Wirtschaft nicht immer neu erprobt würde. Der einzige Bundeskanzler nach Ludwig Erhard, der die Wirtschaft als Chefsache verstanden und den nötigen Sachverstand besessen hat, ist Helmut Schmidt gewesen. Seitdem ist es in der Bundesregierung dem Wirtschaftsminister vorbehalten, die Rahmenbedingungen auch für die mittleren und kleinen Unternehmen zu verbessern und angemessene Lösungen für neue Herausforderungen zu entwickeln. In diesem Sinne hat Peter Altmaier mit seiner „Nationalen Industriestrategie 2030“ Zeichen setzen wollen. In seinem Vorwort heißt es rhetorisch: „Wie können wir unser hohes Maß an privatem und öffentlichem Wohlstand dauerhaft erhalten und ausbauen – unter den Bedingungen zunehmender Globalisierung, enorm beschleunigter Innovationsprozesse und expansiv beziehungsweise protektionistisch betriebener Wirtschaftspolitik anderer Länder?“ Inzwischen dürfte auch dem Minister dämmern, dass sein Konzept zwar richtige Fragen stellt, aber falsche Antworten gibt.

„Mighty Mittelstand“

Zahlreiche Berliner Lautsprecher scheinen sich in puncto Wettbewerbsfähigkeit auf einer unerschütterlichen Insel der Glückseligen zu wähen. Dass diese Einschätzung mittlerweile auch im Ausland längst nicht mehr geteilt wird, zeigen negative Bewertungen wie eine neue OECD-Studie, die auf den Widerspruch von höchsten Steuersätzen und verfallender Infrastruktur in Deutschland hinweist. Bedenklich erscheint auch, dass schon über die Hälfte aller Staatsausgaben auf Sozialleistungen entfällt. Nur 8 % sind aktuell für Bildung, Forschung, Verkehr und Infrastruktur vorgesehen. Kritisch sieht auch das Magazin „Businessweek“ die Entwicklung der deutschen Volkswirtschaft. In der Titelgeschichte „Germany's fragile future“ heißt es: „Deutschland fühlt sich so an, als würde es die letzten Tage einer Ära erleben.“ Man neige hierzulande dazu, selbstzufrieden die Bedrohungen für die Grundlagen des Wohlstands zu übersehen. Zur Hoffnung berechtige allerdings der – so wörtlich – „Mighty Mittelstand“ mit zahlreichen hoch spezialisierten und innovativen Firmen. Generell läuft Deutschland Gefahr, in die Anfang des Jahrtausends überwundene „Rolle des kranken Manns Europa“ zurückzufallen. Dass erheblicher Handlungsbedarf zur Verbesserung der strukturellen Wettbewerbsfähigkeit besteht, legt die überraschend schnelle konjunkturelle Abkühlung nahe. So hat die Bundesregierung ihre BIP-Wachstumsprognose für 2019 – in kurzer Zeit zum zweiten Mal – von 1,8 % auf nun 0,5 % gesenkt. Konjunkturforscher sehen die Wirtschaftslage in Deutschland so pessimistisch wie zuletzt vor fünf Jahren. Gleichwohl zeigt sich der deutsche Finanzminister „ziemlich entspannt“ und warnt vor Schwarzmalerei. Den zunehmenden Forderungen nach Konjunkturprogrammen hat er (bisher) eine Absage erteilt.

Reform: ein Schimpfwort?

Bei kritischer Betrachtung kommt man kaum an der Erkenntnis vorbei, dass die letzte maßgebliche Reforminitiative zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit unter der Überschrift Agenda 2010 von der Regierung Schröder durchgesetzt worden ist. Die Nachfolgeregierungen haben diesbezüglich keinerlei Ehrgeiz mehr gezeigt. Der Begriff Reform scheint für viele Protagonisten mittlerweile zum Schimpfwort geworden zu sein. Das Adjektiv „neoliberal“ ist von interessierter Seite zum antikapitalistischen Kampfbegriff umgewidmet worden. Letztlich hat sich in Parteien und leider auch Ministerien eine bedenkliche Wirtschaftsferne entwickelt, die das Verständnis für ökonomische Belange und Notwendigkeiten einschränkt. Stattdessen werden vielfältige neue Sozialprogramme aufgelegt, die Unternehmen und kommende Generationen zusätzlich belasten, also die Zukunftsfähigkeit einschränken. Hier spiegelt sich die in den letzten Jahren forcierte Verschiebung des parteipolitischen Kräfteparallelogramms nach links wider, die sich in einer entsprechenden Klientelpolitik der GroKo-Parteien niedergeschlagen hat. Vor allem die SPD versucht, ihren Niedergang durch immer neue Wohltaten für ihre Wählergruppen zu stoppen. Verantwortungsbewusste Zukunftsgestaltung sieht anders aus. Die gute konjunkturelle Entwicklung der letzten Jahre, die nicht zuletzt der irrealen EZB-Zinspolitik zu verdanken war, hat die erkennbaren fiskalpolitischen Sollbruchstellen bisher gnädig überdeckt. Sollte die Abkühlung im Laufe des Jahres in eine Rezession einmünden, wird für Politik und Wirtschaft die Stunde der Wahrheit kommen. Deutlich rückläufige Steuereinnahmen werden die Grenzen der nachhaltigen Finanzierbarkeit neuer Sozialprogramme aufzeigen und die Schuldenbremse möglicherweise zur Disposition stellen. Vor diesem Hintergrund dürften sich die meisten mittelständischen Unternehmen wünschen, dass die große Koalition zunächst alles unterlässt, was die Rah-

menbedingungen im internationalen Wettbewerb verschlechtert, zusätzliche Kosten generiert und den zukünftigen Gestaltungsspielraum einengt.

Leere Ankündigungen

Neue Regierungsinitiativen zur Stärkung der mittelständischen Unternehmen bleiben bisher in der Ankündigungsphase stecken. Das gilt vor allem für die von Altmaier avisierte „*Charta der sozialen Marktwirtschaft*“, die offenbar im parteipolitischen Treibsand versunken ist. Der BDI moniert zu Recht das Ausbleiben einer überzeugenden Mittelstandsstrategie. Der DIHK beanstandet die Energiepolitik, die deutsche Betriebe – im Vergleich zu ihren französischen Wettbewerbern – mit doppelt so hohen Stromkosten belastet. Der Neu- und Ausbau der Netze liegt weit hinter Plan. Das gilt auch für die Entwicklung der künstlichen Intelligenz in Deutschland. Handlungsbedarf besteht ebenso bei einer Anpassung der Steuer- und Soziallasten im internationalen Vergleich.

Planwirtschaft

Anstatt diese naheliegenden Hausaufgaben konsequent anzugehen, fordert der Bundeswirtschaftsminister in seiner „*Nationalen Industriestrategie 2030*“ eine „*aktive staatliche Flankierung*“ der Industrie und die Schaffung von „*deutschen Champions*.“ Außerdem möchte er den Industrieanteil an der Wertschöpfung auf 25 % erhöhen und bestimmte Unternehmen unter Artenschutz stellen, wenn ihr dauerhafter Erfolg „*im nationalen wirtschaftlichen Interesse*“ liegt. Der Mittelstand findet in dem Strategiepapier schlicht nicht statt. Damit stößt Altmaier erwartungsgemäß auf vereinten ordnungspolitischen Widerstand bei Wirtschaftswissenschaftlern und Unternehmen. Die Ablehnung wurde in ungewöhnlich deutlicher Sprache mit Begriffen wie „*Fehlbesetzung*“, „*Totalausfall*“ und „*Kampfansage*“ kommuniziert. Der Ökonom Lars Feld spricht von einer „*erschreckenden Führungs-, Subventions- und Regulierungskulisse*.“ Das Programm verkörpere schlechterdings Planwirtschaft und habe mit Ludwig Erhards sozialer Marktwirtschaft nicht das Geringste zu tun. Und der Verband der Familienunternehmen kommt zu dem Schluss, dass „*Wirtschaftskompetenz als Markenkern der CDU im Kabinett mit keinem Gesicht mehr verbunden*“ sei. Das Zentralinstitut der Volks- und Raiffeisenbanken sieht die Gefahr, dass sich Altmaiers Ideen als Bremsklotz erweisen werden: „*Den Schwerpunkt der Förderung auf Großunternehmen in der Industrie zu legen, geht an der deutschen Wirklichkeit vorbei. Damit würden nicht nur erfolgsversprechende, zukunftsorientierte Geschäftsmodelle in anderen Sektoren, sondern auch der für Deutschland so wichtige Mittelstand vernachlässigt.*“ Zuspruch erfolgt dagegen bisher fast ausnahmslos und bezeichnenderweise vom Koalitionspartner SPD. Bleibt die Frage, was Altmaier zu dieser ordnungspolitisch mehr als fragwürdigen „*Strategie*“ veranlasst hat. Gegner halten es für möglich, dass der studierte Jurist die Tragweite des Konzepts nicht wirklich erkannt hat. Andere sehen darin eine Art Bewerbungsschreiben für einen neuen Top-Job als EU-Kommissar in Brüssel. Bei den Nachfolgespekulationen wird schon über Friedrich Merz gemunkelt.

Reduzierung auf das Wesentliche

Bei einem kürzlichen Firmen-Symposium wurde der Versuch unternommen, die wichtigsten aktuellen Wünsche mittelständischer Familienunternehmen an die Politik herauszufiltern. Nach längerer Diskussion wurden mit großer Mehrheit folgende drei bodenständige Prioritäten mit definiert:

1. Marktwirtschaft

Stärkung der marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Unterlassung kontraproduktiver Eingriffe durch die Politik im In- und Ausland.

2. Standort Deutschland

Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit durch mit anderen Industrienationen vergleichbare Steuer- und Abgabenbelastung, bedarfsgerechtere Effizienz von Bildungssystem und Arbeitsmarkt, bürokratische Entlastung sowie forcierte Förderung von Existenzgründern und Innovationen.

3. Rechtsstaat

Rückbesinnung auf die übergeordnete Verbindlichkeit des Rechts für jegliches Regierungshandeln auch und gerade in Ausnahmesituationen wie der unkontrollierten Migration, der Euro-Rettung und zukünftig nicht ausschließbaren Finanzkrisen.

Die Erwartungen der Mittelständler an die Politik halten sich offenbar in Grenzen. Gerade die Familienunternehmen, die ja nach allgemeiner Lesart das Rückgrat der Volkswirtschaft bilden, sollten allerdings nicht vermehrt regierungsamtlicher Frustrierung und Demotivierung ausgesetzt werden.

Hilfreich wäre etwas mehr Anerkennung in Regierungen, Parteien und Ministerien für Sachzwänge, Bedürfnisse und Nöte der Betriebe – und das eben nicht nur als rhetorische Pflichtübung an Sonntagen.

Der Unternehmer Dietrich W. Thielenhaus kommentiert aktuelle Entwicklungen in Politik und Wirtschaft.



Dietrich W. Thielenhaus
Gastautor

Als Gastkommentar gekennzeichnete Texte geben nicht notwendigerweise die Meinung der Redaktion wieder.

Der 'markt intern'-Verlag/Düsseldorf vertritt die Interessen mittelständischer Unternehmer in Handel, Handwerk, Industrie und Dienstleistungsgewerbe. Anzeigenfreiheit erlaubt 'markt intern' eine unabhängige und kritische Berichterstattung in über 20 Informationsbriefen. Der Verlag unterstützt seine Leser in allen unternehmerischen Belangen. Praxishilfen in Form von Sonderbeilagen und Ratgebern komplettieren das Leistungsspektrum.

markt intern Verlag GmbH | Grafenberger Allee 337 a | 40235 Düsseldorf | Tel.: +49 211 6698-0 | Fax: +49 211 6698-222 | E-Mail: info@markt-intern.de | www.markt-intern.de