

Wer ist der „Mittelstand“?

Autor: Dominik Glier

In den Medien sowie im allgemeinen Sprachgebrauch taucht der Begriff „Mittelstand“ sehr häufig auf. Fast keine wirtschaftspolitische Sendung und fast keine Talkshow kommt ohne den Verweis eines Teilnehmers auf den Beitrag der „mittelständischen deutschen Wirtschaft“ für das Bruttoinlandsprodukt (BIP) oder den Standort Deutschland im Allgemeinen aus. Genauso oft findet sich der Begriff in Artikeln von Tageszeitungen und in Beiträgen von Wirtschaftsmagazinen. Jedoch existiert keine allgemeingültige Definition was den „Mittelstand“ eigentlich ausmacht und auch in Gesetzestexten gibt es hierfür keine Hinweise.

Ein Vergleich der Begriffsverwendung mit anderen Ländern zeigt, dass dort in diesem Kontext sehr oft die Bezeichnung „kleine und mittlere Unternehmen“ (im englischen Sprachraum: Small and Medium-sized Enterprises - SME) gebräuchlich ist. Im deutschen Sprachgebrauch, und damit auch in Österreich und Teilen der Schweiz, wird diese Unterscheidung aber nur selten gemacht, man spricht lieber ganz allgemein vom „Mittelstand“. Woher kommt dieser Begriff aber, wenn er so tief sprachlich verankert ist?

Der Ursprung des deutschen Begriffs „Mittelstand“ führt auf die Zeit des Ständestaates im Mittelalter in Zentraleuropa zurück. Die Einteilung gesellschaftlicher Schichten (Adel und Geistlichkeit, Bürgertum, Leibeigene/Dienstpersonal und Freie ohne Eigentum) in die so genannten „Stände“, diente damals als Unterscheidungsmerkmal um diese voneinander abzugrenzen. Zum „mittleren Stand“ zählten demnach vor allem die überwiegend in kleinen Betriebseinheiten organisierten Handwerker, Händler und Kaufleute, die das Fundament des mittelalterlichen Stadtbürgertums bildeten (vgl. Brockhaus 1998a, S. 730; vgl. auch Conze 1978, S. 57). Das eigentliche Wort „Mittelstand“ tauchte dann erstmals im 17. Jahrhundert auf, wurde jedoch für alle Schichten zwischen den armen bzw. reichen Ständen der Landbevölkerung und des Adels benutzt (vgl. Conze 1978, S. 55 f.; vgl. auch Hamer 1987, S. 11 f.). Im Laufe der Zeit entfernte sich die Begriffsbedeutung immer mehr von den ursprünglichen Berufsständen des mittelalterlichen Bürgertums und im Zuge der Industrialisierung wurde der Begriff zur Abgrenzung der Bevölkerungsgruppen des Adels und des Proletariats benutzt. Vor allem die eigene Abgrenzung nach unten war dabei für viele wichtig. In ihrem Selbstverständnis fühlten sich teilweise auch besser gestellte Arbeiter dem Mittelstand zugehörig (vgl. Willems 2003, S. 14f.).

Heute wird der Begriff des Mittelstands gewöhnlich auf drei unterschiedliche Weisen interpretiert: In sozialwissenschaftlicher Hinsicht werden unter ihm im Sinne der Stände alle Schichten der Bevölkerung zusammen gefasst, die weder eindeutig zu den schlechter bezahlten Arbeitern noch zu den sehr gut Verdienenden gehören, man spricht in diesem Zusammenhang auch häufig von der Mittelschicht bzw. der Mittelklasse (vgl. Brockhaus 1998b, S. 286 f.). In wirtschaftspolitischer Hinsicht wird als Mittelstand ein mittelständisches Unternehmen bzw. ein mittelständischer, selbständiger Unternehmer verstanden. Hierunter fallen alle Unternehmen und Selbständigen bis zu einer bestimmten Größe. Damit umfasst der Begriff unter

wirtschaftspolitischem Gesichtspunkt kleine Einzelunternehmer wie z.B. einen Einpersonen-Handwerksbetrieb oder andere sehr kleine Unternehmen aber auch Unternehmen mit mehreren Millionen Euro Umsatz im Jahr. Oft wird auch als dritte Interpretationsmöglichkeit auf funktionale Aspekte des Mittelstands hingewiesen (vgl. Rauen 2002, S. 4). Dabei erweitert sich der Begriff Mittelstand über die mittelständischen Unternehmen und die Selbständigen hinaus auf alle Träger von Entscheidungskompetenz und Führungs- und Verantwortungsfunktionen, wozu auch unselbständige Berufsgruppen wie etwa leitende Angestellte von Wirtschaftsunternehmen, leitenden Beamten in der Verwaltung oder andere angestellte Qualifikationsträger wie z.B. Forscher, Journalisten oder Künstler zählen. Durch diese Definition wird versucht eine gesellschaftliche Basis der Zugehörigkeit zur Mittelstandsschicht zu finden, die sich nicht an quantitativen Merkmalen wie Einkommen oder Unternehmensgröße orientiert, sondern Merkmale gesellschaftlicher Funktionen als Unterscheidungskriterien heranzieht.

Es ist sinnvoll, im Zusammenhang einer Fragestellung wie „Börse und Mittelstand“ den Mittelstandsbegriff im Sinne der wirtschaftspolitischen Definition zu verstehen - den „unternehmerischen Mittelstand“ -, da Unternehmen als rechtlich selbständige Wirtschaftssubjekte im Mittelpunkt einer solchen Analyse stehen. Allerdings ist es ebenfalls zweckmäßig, für die Bestimmung der Zugehörigkeit zum „Mittelstand“ neben der rein quantitativ messbaren Unternehmensgröße auch qualitative Merkmale heranzuziehen. Dies wird nötig, da bereits eine minimale Überschreitung festgelegter Größengrenzen eine Nichtzuordnung zum Mittelstand bedeuten würde, bei sonst gleichen Voraussetzungen. Schon Ludwig Erhard wies auf die Bedeutung nicht-zahlenmäßiger Merkmale zur Beschreibung des (hier: sozialpolitischen) Mittelstandsbegriffs hin:

„...wenn wir Mittelstand nur vom Materiellen her begreifen, wenn man Mittelstand sozusagen nur an der Steuertabelle ablesen kann – Einkommen von soundsoviel bis soundsoviel -, dann ist dem Mittelstandsbegriff... eine sehr gefährliche Deutung gegeben. Der Mittelstand kann materiell in seiner Bedeutung nicht voll ausgewogen werden, sondern er ist... viel stärker ausgeprägt durch eine Gesinnung und eine Haltung im gesellschaftswirtschaftlichen und politischen Prozeß [!]“ (Erhard 1956, S.54).

Übertragen auf den unternehmerischen Mittelstand ist dessen wesentliches Merkmal, dass in der Regel alle unternehmenspolitisch relevanten Entscheidungen vom Inhaber selbst getroffen werden. Somit besteht oft eine völlige bzw. weitgehende Unabhängigkeit von Konzernen bzw. Großunternehmen bei Entscheidungsfindungsprozessen. Dies wirkt sich besonders auf die Mitarbeiterführung, die Organisation und auch auf das Markt- und Finanzierungsverhalten aus.

Für die Charakterisierung des Mittelstandes spielen somit vor allem zwei bedeutende Merkmale eine Rolle (vgl. Günterberg/Kayser 2004, S.1 ff.):

- Die quantitativ messbare Größe des Unternehmens und
- der qualitative, sozio-wirtschaftliche Aspekt der Unternehmertätigkeit.

Die quantitativ messbare Größe des Unternehmens kategorisiert Unternehmen nach bestimmten Größenordnungen, z.B. der Mitarbeiterzahl, der Bilanzsumme oder des Umsatzes. So kann zwischen großen, mittleren und kleinen Unternehmen einer Branche unterschieden werden. Der sozio-wirtschaftliche Aspekt der Unternehmertätigkeit trägt der Tatsache Rechnung, dass mittelständische Unternehmen sehr häufig inhaber- bzw. familiengeführt sind und die Erhaltung der Selbständigkeit im Mittelpunkt des Interesses der Eigentümer steht (vgl. Reichling 1978, S. 154 ff.). Auch die Übernahme von Verantwortung und Risikobereitschaft sowie Innovations- und Führungsfähigkeiten gehören hierzu. Der Begriff „Mittelstand“ beinhaltet also auch eine soziologisch-funktionale Natur, die in seine sprachliche Herausbildung hineinfließt und deshalb berücksichtigt werden muss. Diese Aussage wird durch das Selbstverständnis der mittelständischen Unternehmen unterstrichen. Eine Umfrage im Rahmen der Studie "MIND - Mittelstand in Deutschland" aus dem Jahr 2003 bestätigt das gesellschaftliche Verantwortungsbewusstsein mittelständischer Unternehmer in Deutschland: Mehr als zwei Drittel von ihnen sind der Meinung, dass sie eine größere Verantwortung tragen als andere Gesellschaftsgruppen in Deutschland. Vor allem das Schaffen und Sichern von Arbeitsplätzen und soziales sowie politisches Engagement werden dabei als Tätigkeitsfelder genannt (vgl. Gruner + Jahr (Hrsg.) 2003, S. 52). Nach Berechnungen des Instituts für Mittelstandsforschung in Bonn (IfM), liegt bei der überwältigenden Mehrheit von 94,8 % aller Unternehmen die vollkommene Selbständigkeit im Sinne einer alleine nach qualitativen Merkmalen gültigen Definition vor. (Wolter/Hauser 2001, S.71).

Ausgehend von dieser um qualitative Merkmale erweiterten Mittelstandsdefinition, fallen alle Unternehmen in Deutschland unter die Beschreibung, die selbständig, inhabergeführt und „relativ klein“ gegenüber anderen Unternehmen sind, somit keine Großkonzerne sind oder in solche eingebunden sind. Eine reine quantitative Zurechnung zum Mittelstand würde die Tatsache verkennen, dass Unternehmen als Konzerntöchter faktisch über keine Selbständigkeit in ihrem Handeln verfügen, statistisch aber aufgrund ihrer zahlenmäßigen Größe als mittelständisch gelten. So unterscheidet die im wissenschaftlichen Diskurs weit verbreitete Definition für mittelständische Unternehmen des IfM Unternehmen demnach nach Größenklassen und bezieht gegebenenfalls auch zusätzlich qualitative Erklärungs- und Beschreibungsmerkmale ein. Alle Unternehmen, die weniger als 500 Beschäftigte haben und deren Jahresumsatz unter 50 Millionen Euro liegt, gehören laut IfM-Definition in jedem Fall zum Mittelstand und werden ihm statistisch zugeordnet (die IfM-Definition dient als Basis für viele Umfragewerte in Deutschland). Laut den letzten Erhebungen des IfM aus dem Jahre 2003 gibt es in Deutschland 3,38 Millionen mittelständische Betriebe (99,7 % aller umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen) mit insgesamt 19,98 Millionen Mitarbeitern. Diese 3,38 Millionen mittelständischen Unternehmen erwirtschaften 41,2 % des Gesamtumsatzes aller

umsatz-steuerpflichtigen Unternehmen und beschäftigen 70,2 % aller Erwerbstätigen. Rund 56 % dieser Unternehmen sind in der Dienstleistungsbranche angesiedelt, der nächst größere Wirtschaftszweig ist der Handel mit 21 %. Ca. vier von fünf Unternehmen erzielen jedoch nur einen Umsatz von weniger als € 50.000. Knapp zwei Drittel der Unternehmen beschäftigen weniger als fünf Mitarbeiter. Mehr als 50 Beschäftigte haben nur 3 % der Unternehmen in Deutschland (vgl. Günterberg/Kayser 2004, S. 5 ff.).

Im alltäglichen Sprachgebrauch hat sich die Mittelstandsdefinition des IfM jedoch noch nicht so weit etabliert, dass sie eine allgemeingültige Verwendung findet. Eine gänzlich undifferenzierte Verwendung des Begriffs „Mittelstand“ bzw. „mittelständisches Unternehmen“, die quantitative und qualitative Merkmale nicht ausreichend berücksichtigt, ist aber problematisch. Dies wird deutlich, betrachtet man die inhaltlich heterogene Zusammensetzung der mit ihm oft assoziierten Unternehmen: Das Wort „Mittelstand“ wirft alle Unternehmen bis zu einer bestimmten Größe in einen Topf, egal ob es sich um ein Unternehmen mit € 50 Millionen Umsatz und 250 Mitarbeitern handelt oder um einen kleinen Handwerksbetrieb oder gar eine „Ich-AG“. Außerdem wird durch die undifferenzierte Verwendung des Begriffs „Mittelstand“ häufig nicht deutlich, wie weit eine Verflechtung mit anderen Wirtschaftseinheiten besteht. Von der Größe her mittelständische Unternehmen können so z.B. als Tochtergesellschaften internationaler Konzerne am hiesigen Markt agieren, treten aber statistisch als „Mittelstand“ auf, obwohl die qualitativen Kriterien nicht unbedingt erfüllt sind. Auch können durch Abspaltungen, Übernahmen, den Kauf oder Verkauf von Unternehmen oder Unternehmenseinheiten neue mittelständische Unternehmen entstehen, die als Teil eines Konzerns unter einheitlicher Leitung stehen.

Für eine weitere Verkomplizierung der Begrifflichkeiten im Zusammenhang mit dem Mittelstand in Deutschland sorgt die Verwendung der Wortkombination „gehobener Mittelstand“. Diese wird häufig von Banken, Kapitalbeteiligungsgesellschaften und anderen Kapitalgebern benutzt, um deren Zielgruppe zu beschreiben. Gemeint sind dabei aber nicht unbedingt mittelständische Unternehmen im Sinne der IfM-Definition, sondern Unternehmen, die in den Bereichen Umsatz und auch Mitarbeitern teilweise deutlich über den quantitativen Grenzen liegen. Auch nicht notwendigerweise muss der „gehobene Mittelstand“ qualitative Kriterien erfüllen, um als mittelständig bezeichnet zu werden. So ist es dann z.B. möglich, dass Unternehmen, die weder die quantitativen noch die qualitativen Kriterien erfüllen, von besagten Instituten dem Mittelstand zugeordnet werden. Die Vermutung liegt nahe, dass dies auch aus marketingtechnischen Gründen geschieht, da man sich so als Förderer des Mittelstands präsentieren kann, und gleichzeitig in potenziell attraktivere und ertragsreichere, größere Unternehmen investiert und diese als eigentliche Zielgruppe identifiziert.

Aufgrund der großen bestehenden strukturellen Unterschiede innerhalb des „Mittelstands“ und zur Gewährung einer größeren Transparenz sowie einer besseren Darstellung der wirklichen ökonomischen Verhältnisse im internationalen Vergleich, ist es für viele Sachverhalte sinnvoll von der Begrifflichkeit des „mittelständischen Unternehmens“ bzw. des „Mittelstands“ abzuweichen und den Begriff der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu verwenden, wie er von der EU empfohlen wird.

Literaturverzeichnis/Quellenangaben:

Brockhaus (1998a):

Brockhaus. Die Enzyklopädie. In vierundzwanzig Bänden. Band 14. Mittelstand. 20., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Leipzig u.a. 1998, F.A. Brockhaus

Conze, Werner (1978):

Mittelstand. In: Brunner, Otto [u.a.] (Hrsg.): Geschichtliche Grundbegriffe: Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, Band 4, Stuttgart 1978, Klett-Cotta Verlag, S. 49-92

Erhard, Ludwig (1956):

Mittelstandspolitik. In: Rüstow, Alexander [u.a.]: Der mittelständische Unternehmer in der Sozialen Marktwirtschaft. Wortlaut der Vorträge auf der vierten Arbeitstagung der Aktionsgemeinschaft Soziale Marktwirtschaft e.V. am 17.11.1955 in Bad Godesberg, Ludwigsburg 1956, Druckerei Martin Hoch Verlag, S. 51-61

Gruner + Jahr AG & Co. KG WirtschaftsPresse (Hrsg.; 2003):

mind 03. Mittelstand in Deutschland. Wissenschaftliche Begleitung: Institut für Mittelstandsforschung Bonn.
WWW-Seite unter der URL-Adresse:
[http://www.impulse.de/spe/mind/mind03_download/mind_berichtsband.pdf]
letzte Änderung: 2003, Zugriffsdatum: 03. April 2005

Günterberg, Brigitte; Kayser, Günter (2004):

SMEs in Germany. Facts and Figures. IfM Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.). IfM-Materialien Nr. 161.
WWW-Seite unter der URL-Adresse:
[<http://www.ifm-bonn.org/ergebnis/sme-2004.pdf>]
Zugriffsdatum: 28. August 2008

Hamer, Eberhard (1987):

Das mittelständische Unternehmen. Eigenarten, Bedeutung, Risiken und Chancen. Stuttgart 1987, Horst Poller Verlag

Rauen, Peter (2002):

Die Bedeutung der mittelständischen Unternehmer für die deutsche Wirtschaft. Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (Hrsg.). WWW-Seite unter der URL-Adresse:
[http://www.mittelstand-deutschland.de/DOWNLOAD/2003/Bedeutung_Ansicht.pdf]
letzte Änderung: September 2002, Zugriffsdatum: 28. August 2008

Reichling, Helmut (1978):

Selbständigkeit als unternehmerisches Ziel im mittelständischen Handel. Dissertation. Universität Saarbrücken 1978, Hochschulschrift

Willems, Heiko (2003):

Die Förderung des Mittelstandes. Köln u.a. 2003, Carl Heymanns Verlag

Wolter, Hans-Jürgen; Hauser, Hans-Eduard (2001):

Die Bedeutung des Eigentümerunternehmens in Deutschland – Eine Auseinandersetzung mit der qualitativen und quantitativen Definition des Mittelstands. In: Jahrbuch zur Mittelstandsforschung Band 01/2001, Institut für Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.), Wiesbaden 2001, S. 25-77