



Unternehmer und Gesellschaft

2. BP-Gesellschaftsstudie

Eine Untersuchung vom

Institut für Demokratieforschung

Georg-August-Universität Göttingen



Göttinger Institut für
Demokratieforschung

Gefördert von BP Europa SE

Die Studie

Das **Göttinger Institut für Demokratieforschung** hat zwischen September 2013 und August 2014 in circa 250 Gesprächsstunden rund 160 männliche wie weibliche Manager, Gesellschafter, Vorstandsvorsitzende, Betriebsdirektoren, Geschäftsführer und Unternehmer zu ihrem Politik- und Gesellschaftsbild, ihrer persönlichen Biografie, ihren Wertvorstellungen und einigem mehr befragt.

Dem Forscherteam des Göttinger Instituts für Demokratieforschung ist es gelungen, die sonst eher zurückhaltende Wirtschaftselite Deutschlands zu befragen. Mit knapp 160 Managern, Vorstandsvorsitzenden oder Geschäftsführern konnten wir ca. 90-minütige Einzelinterviews sowie drei Fokusgruppen durchführen. Das mehrere tausend Seiten umfassende transkribierte Material wurde in der Forschergruppe kontrolliert, verstehend qualitativ analysiert und ausgewertet.

Durch die Zusicherung der Anonymität gelangen offene Gespräche über den persönlichen Werdegang, individuelle Wertvorstellungen und Ansichten über Politik und Gesellschaft. Im Fokus der Untersuchung stand die wirtschaftliche Elite. Doch es wurden nicht nur Konzernlenker oder Manager von Aktiengesellschaften befragt, auch Eigentümer und Geschäftsführer von bedeutungsvollen mittelständischen Unternehmen sind im Untersuchungssample vertreten.

Die männlichen und weiblichen Gesprächspartner mit und ohne Migrationshintergrund leiten Unternehmen in allen Branchen und auf allen Märkten, umfassen den dreißigjährigen Jungunternehmer ebenso wie den siebzigjährigen Vorstandsvorsitzenden, agieren sowohl im Dienstleistungssektor, als auch im Handel oder im produzierenden industriellen Gewerbe.

Sprachlose Elite?

Wie Unternehmer Politik und Gesellschaft sehen.

1. Manager mit langjährigen Auslandserfahrungen sind eher die Minderheit

Die Untersuchungen zeigen, dass eine deutliche Mehrheit der Topmanager hierzulande über keine nachhaltig prägenden Auslandserfahrungen verfügt. Kurze Hospitationen oder begrenztes Schnuppermanagement in den USA und England machen sich zwar zweifellos gut für den Lebenslauf, längere Abwesenheiten vom primären Firmensitz aber werden durch Aufstiegsblockaden negativ sanktioniert. Die „Hauskarriere“ ist mithin für viele der repräsentative Weg nach oben.

2. Familienunternehmen als Vorbild

Familienunternehmen galten bis zur Finanz- und Bankenkrise 2008 schon als Fossilien einer untergegangenen Epoche der Industriegesellschaft. Doch seither ist dieser vermeintlich anachronistische Unternehmenstypus zum Aushängeschild und Stabilitätsanker der Wirtschaft in Deutschland uminterpretiert worden.

3. Die Unternehmer sind mehrheitlich zufrieden

Zufriedenheit und Selbstzufriedenheit der Unternehmer in Deutschland waren charakteristisch für die Jahre 2013/14. Das milderte auch frühere Klassenkampfmentalitäten von oben. Die in zurückliegenden Jahrzehnten hart bekämpfte industrielle Mitbestimmung etwa firmiert nicht mehr in erster Linie als Hemmnis freien Wirtschaftens, sondern als ein vernünftiges Instrument, um Konflikte nicht in Konfrontationen ausarten zu lassen.

4. Alte Feindbilder gelten nicht mehr

Auch über Gewerkschaften wird kaum mehr geschimpft. Erst recht löst die Sozialdemokratie keine akute Furchtsamkeit aus. Als Held schlechthin figuriert in der Unternehmererzählung vielmehr der bislang letzte sozialdemokratische Bundeskanzler, Gerhard Schröder. Freundlich wird vielfach auch an die Kanzlerschaften von Willy Brandt und Helmut Schmidt erinnert, auch wenn sich die große Majorität der Wirtschaftsbürger rechts der Mitte einordnet.

5. Harte Medienkritik

Nicht Gewerkschaften, nicht sozialdemokratische Parteien, nicht einmal die Linke oder notorisch kritikfreudige NGOs sind die Hauptfeinde der Wirtschaftselite, sondern „die Medien“. Sie sind Zielobjekt heftiger Empörungen und wütender Episteln im Unternehmerlager.

6. Die „Neidgesellschaft“

Die Basalklage, die sich insgesamt durch die gesellschaftlichen Deutungen der Unternehmer zieht, ist die des Neides. In der allgegenwärtigen „Neidgesellschaft“ werde die Freiheit der Unternehmer (die so die Früchte ihrer Leistungen nicht offen zeigen könnten) eingeschränkt. Überdies dürften diese sich keinerlei Fehler („Null-Fehler-Toleranz“) erlauben, weil sie die „Neidgesellschaft“ unter Dauerbeobachtung stelle und sie gegebenenfalls durch die Medien sofort „geschlachtet“ würden.

7. Politisch heimatlos

Die meisten Unternehmer empfinden sich mittlerweile, auch und nicht zuletzt durch das ihnen genierliche Versagen des parteipolitischen Liberalismus, als politisch heimatlos. Sie vermissen eine Vision für die Politik in Europa und in der Welt im 21. Jahrhundert. Und sie verargen der deutschen Bundeskanzlerin, derartiges weder liefern zu können, noch überhaupt zu wollen. Auch werde Politik zu häufig nur am Wähler ausgerichtet, ohne langfristige Folgen zu beachten.

8. Derzeit verspiele die Politik die Zukunft der Gesellschaft

Eine weitere große Sorge gilt dem Umgang mit weichenstellenden Zukunftsproblemen, etwa dem demografischen Wandel. Hier wird zumeist die Absenkung des Renteneintrittsalters als verhängnisvolles Wahlgeschenk gesehen (auffällig ist allerdings, dass der Mindestlohn von einem Großteil der Unternehmer mittlerweile akzeptiert wird), als eine Entscheidung, welche die Zukunftsfähigkeit der deutschen Wirtschaft gefährde. Der Tenor: Man sei heute gut aufgestellt – nicht zuletzt dank der Unternehmen als Motor der Gesellschaft –, drohe diesen Status aber zu verspielen, wenn man nicht bald gegenlenken werde. Politische Entscheidungen seien – nicht zuletzt aufgrund der kurzen Taktungen der Wahlzyklen – kurzfristig orientiert und würden, anders als das Unternehmen machen, kein langfristiges Ziel vor Augen haben.

9. Distanz gegenüber Grüblern

Intellektualität allerdings begegnen die meisten Unternehmer mit Misstrauen und Abwehr. Dergleichen geht ihnen zulasten der entschlossenen Tat und der klaren Linie. Große intellektuelle Interessen jenseits des Unternehmerischen findet man in der Tat nur bei wenigen Unternehmern.

10. „Work“ ist „Life“

Unternehmer lieben die Selbstzuschreibung, 24 Stunden am Tag alles für die Firma zu geben. Sie reagieren oft ungehalten, wenn man ihnen Probleme in der „Work-Life-Balance“ attestiert. Für viele ist „Work“ gleich „Life“. Und sie bekennen sich trotz dieser Koinzidenz.

11. Ablehnung einer Quote

Unternehmer sind, ob weiblich oder männlich, nahezu übereinstimmend der Auffassung, dass bislang kein gleichberechtigter Zugang in Spitzenpositionen der deutschen Wirtschaft existiere. Dennoch spricht sich die überwiegende Mehrheit – wiederum: gleichviel ob weiblich oder männlich – von ihnen gegen eine Frauenquote aus. Betont wird, dass Führungspositionen zuallererst aufgrund von Leistung beziehungsweise Qualifikation verteilt werden sollten. Insofern sei die Quote „eine der größten Beleidigungen von Frauen überhaupt“. Das Gros der Unternehmer sieht in gesetzlichen Vorgaben hierzu einen Eingriff in die unternehmerische Freiheit. Es herrscht die Überzeugung, dass „ein Unternehmer doch seinen Laden so führen“ müsse, „wie er das auch für richtig hält“. Infolgedessen wird die Quote als Beispiel genommen für die „Regulierungswut“, der man gegenwärtig „ausgesetzt“ sei. Im Übrigen gibt man sich fortschrittsoptimistisch und gewiss, dass der Frauenanteil in den Unternehmen in den nächsten Jahren erheblich steigen werde – auch ohne Quote.

12. Die Familie als Anker

Die jetzt aktive Unternehmergeneration plagt keine unangenehmen Erinnerungen an die eigene Kindheit und die familiäre Herkunft. Familiäre Harmonie, intakte Elternschaften, gelungene Sozialisationen, ein kalkulierbarer Fortgang von Schule über Universität in die Position des Managementnachwuchses bis schließlich an die Spitze eines Unternehmens scheinen offenkundig in der aktuellen Generation der Wirtschaftselite – im Unterschied zu den weitaus gebrocheneren Biografien vieler Pioniere der Industriegesellschaft – in Deutschland eher die Regel als eine Ausnahme zu bilden.

13. Abnehmende konfessionelle Bindungen auch innerhalb der Unternehmerschaft

Signifikant erkennbar ist ein deutlicher Rückgang der Kirchenorientierung bei deutschen Unternehmern. Die größte Gruppe bilden mittlerweile die Konfessionslosen mit rund vierzig Prozent (Mitte der 1960er Jahre noch zehn Prozent). Diese Entwicklung wirkt sich auf die Bereitschaft zur Organisation und Mitwirkung in Verbänden aus. Katholische Kirchenzugehörigkeit von Unternehmern korreliert positiv mit Verbandsengagement, Konfessionslosigkeit deutlich negativ.

14. Unternehmer bleiben der Politik fern

Kein Interesse haben Unternehmer daran, ihre Anliegen selbst und unmittelbar in den politischen Raum hineinzutragen. In der bundesrepublikanischen Parlamentsgeschichte ist der Anteil parteipolitisch aktiver Unternehmer mit Mandat nahezu kontinuierlich abgeschmolzen, von rund zwanzig Prozent aller Bundestagsabgeordneten während der 1950er Jahre auf weniger als acht Prozent heute. Nach eigenen Angaben fühlen sie sich von der Langsamkeit der Willensbildung, der Notwendigkeit mühseliger Ochsentouren und der Einvernahme durch Fraktionszwänge abgestoßen. Als Maßstab für eine „bessere Politik“ verweisen sie gerne auf die Handlungs- und Entscheidungslogiken der Privatwirtschaft. Bemerkenswerterweise fällt das Urteil über Politik bei Unternehmerinnen positiver aus als bei deren männlichen Pendants.

15. Der Glaube an die „richtigen Entscheidungen“

Die befragten Unternehmer wollen als Politiker die besten Leute, wünschen sich schnellere Entscheidungsfindungsprozesse und eine raschere Umsetzung der getroffenen Entscheidungen.

16. Rechtsstaat vor Volkssouveränität

Primär wichtig ist Unternehmern der Rechtsstaat. Wenn Unternehmer positiv von „unserer Demokratie“ reden, meinen sie damit meist die stabile Rechtsstaatlichkeit, die den wirtschaftlichen Kalkülen Rahmensicherheiten garantiere. Gegenüber der Demokratie, verstanden als primäre Volkssouveränität, hegen einige dagegen durchaus Bedenken. Modellen einer Referendumsdemokratie stehen sie überwiegend besonders skeptisch gegenüber. Die Kontroverse um „Stuttgart 21“ habe ihnen gezeigt, dass man die ungehörliche Kraft eines Minderheitenvotums eingrenzen und nicht ausdehnen dürfe. Einmal demokratisch getroffene Entscheidungen müssten auch akzeptiert werden. Zudem sprechen viele der Bevölkerung die Fähigkeit ab, sich ausgewogen zu informieren, auch die Reife, besonnen zu urteilen. Die Bevölkerung sei letztlich viel zu anfällig für die Verführung durch Demagogen und Populisten.

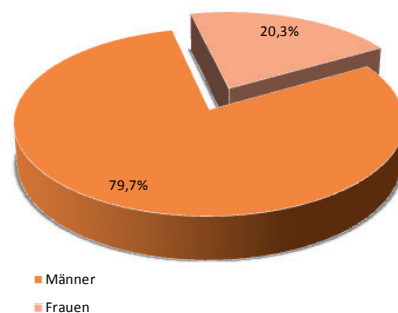
17. China als Herausforderung

Demgegenüber fällt unweigerlich das Stichwort „China“. Im rasanten Tempo des globalen Wettbewerbs könnte das chinesische Modell, welches zentrale und schnelle Entscheidungen gegenüber langwierigen Arrangements präferiert, am Ende die Nase vorne haben, befürchten einige der von uns befragten Führungskräfte.

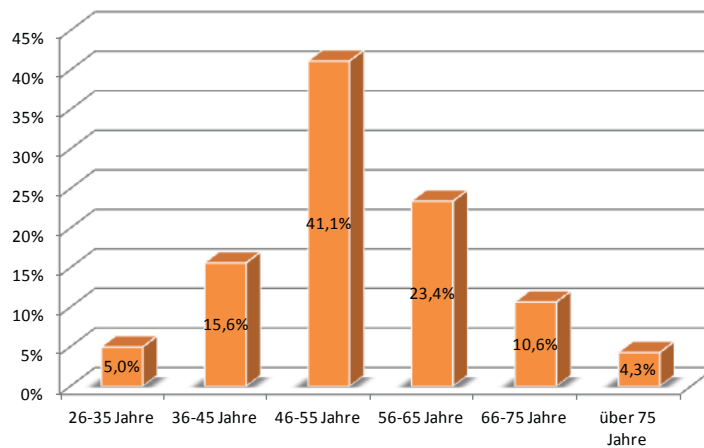
Untersuchungssample in Zahlen:

Am Ende jeder Gruppendiskussion und jedes Einzelinterviews haben wir unseren Gesprächspartner einen Fragebogen vorgelegt, mit dessen Hilfe demographische Standards abgefragt wurden:

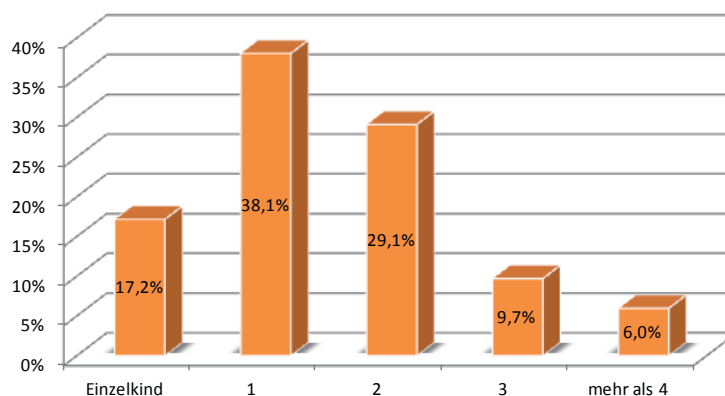
Das Geschlecht der Befragten



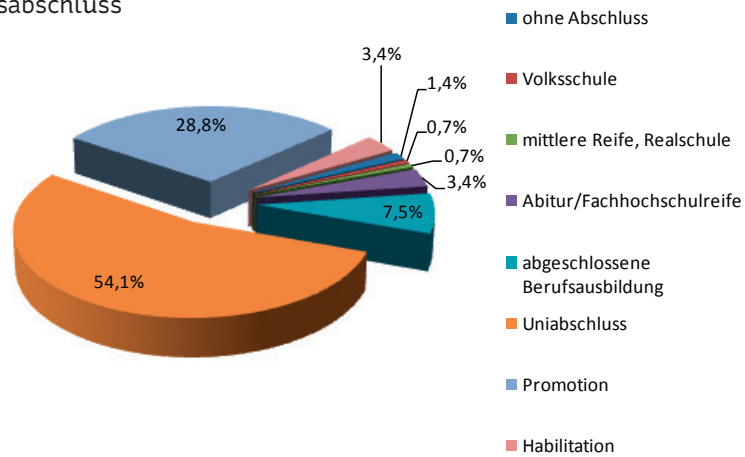
Das Alter der Befragten



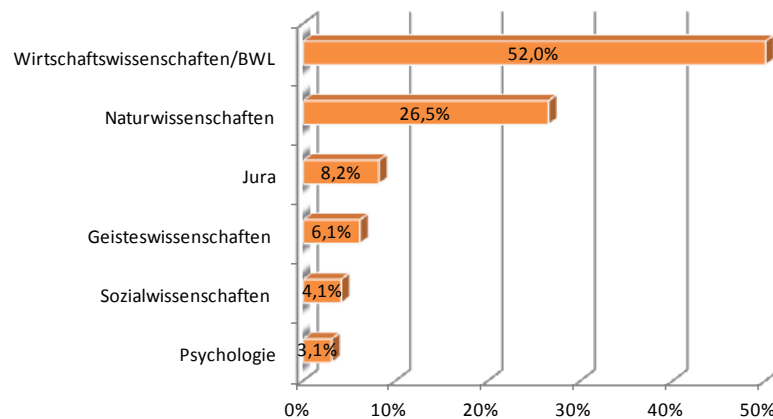
Anzahl der Geschwister



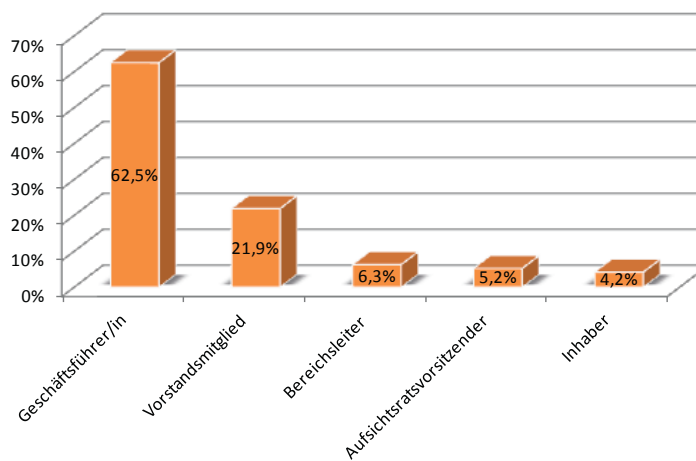
Bildungsabschluss



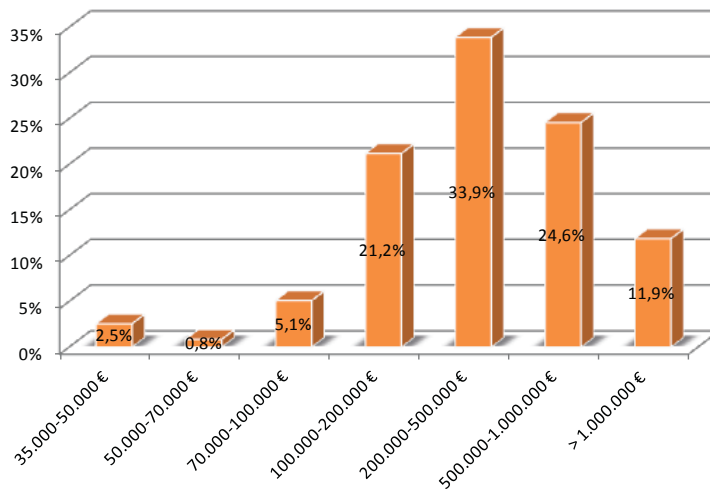
1. Studienfach



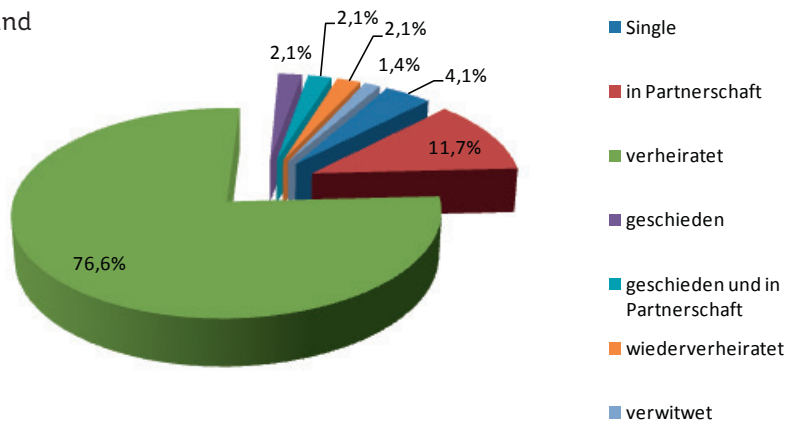
Unternehmensposition



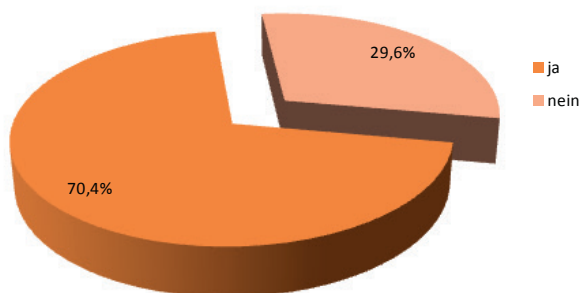
Jahresnettoeinkommen



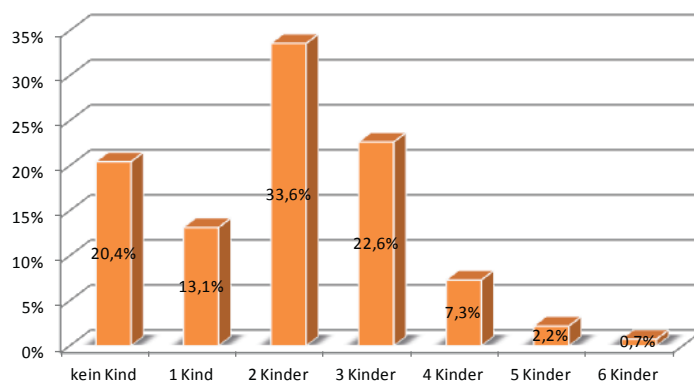
Familienstand



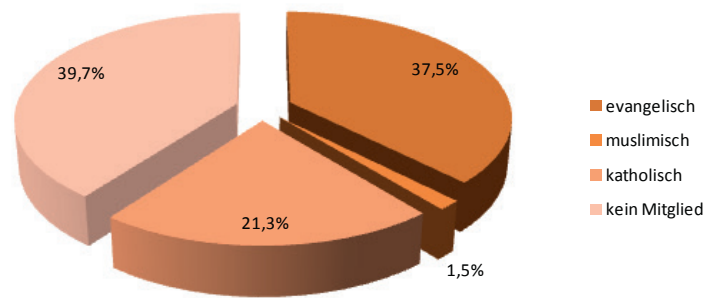
Berufstätigkeit des Partners



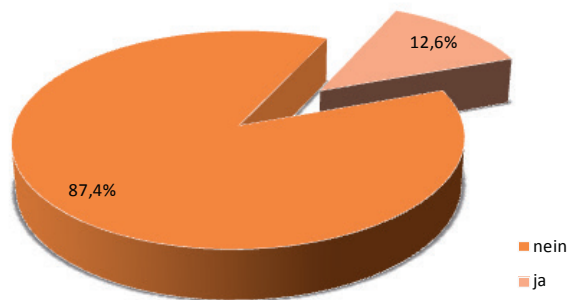
Anzahl der Kinder



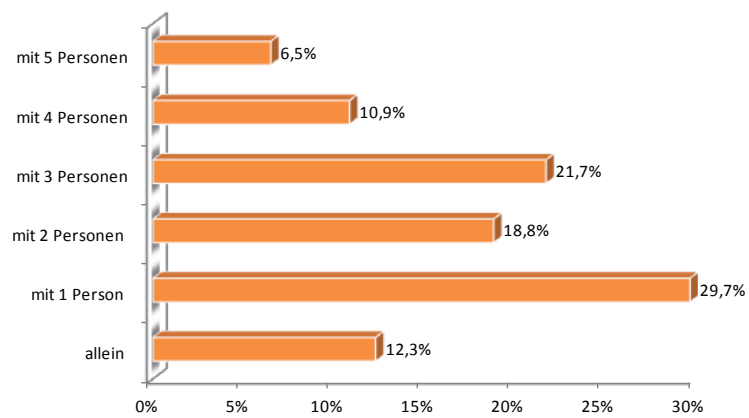
Konfessionsgemeinschaft



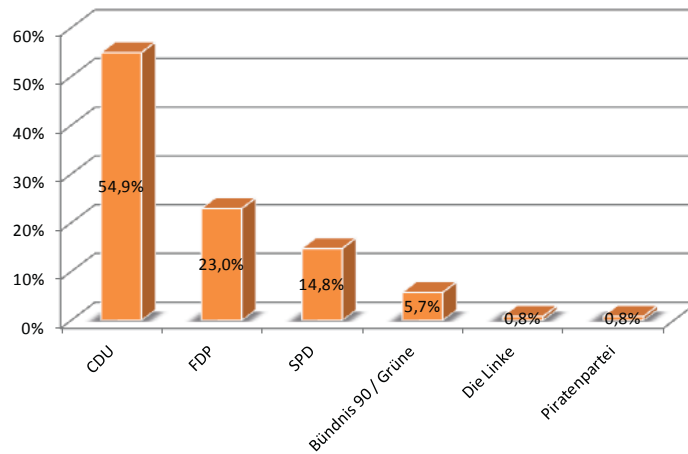
Migrationshintergrund



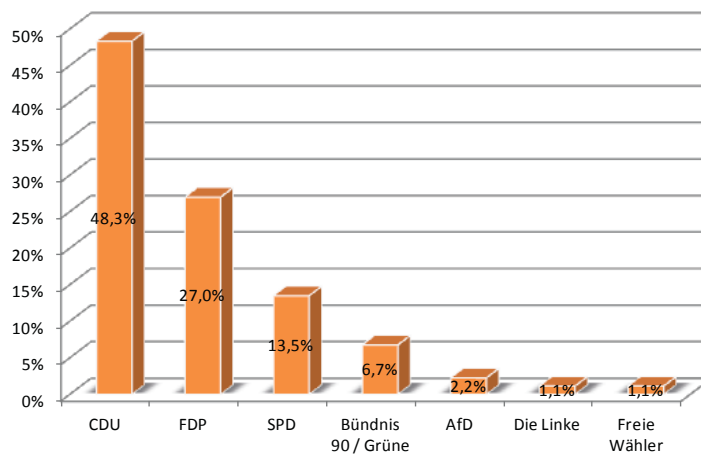
Mit wie vielen Personen leben Sie zusammen?



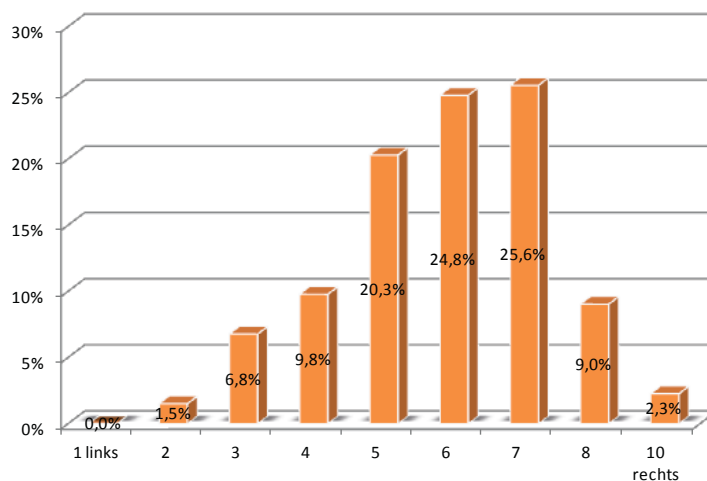
Was haben Sie bei der letzten Bundestags-Wahl gewählt?



Welcher Partei geben Sie bei der nächsten Bundestags-Wahl voraussichtlich Ihre Stimme?



Auf einer Skala von 0 (ganz links) bis 10 (ganz rechts), wo würden Sie Ihre eigene politische Meinung einordnen?



Die Herausgeber



Prof. Dr. Franz Walter, geb. 1956, ist Leiter des Instituts für Demokratieforschung in Göttingen. Er hat Geschichte und Sozialwissenschaften in Berlin und Bielefeld studiert, ist seit 2000 Professor für Politikwissenschaft und seit März 2010 Leiter des Instituts für Demokratieforschung. Seine Forschungsschwerpunkte sind Parteien und politische Kulturforschung.

Dr. Stine Marg, geb. 1983, ist Mitarbeiterin am Göttinger Institut für Demokratieforschung und Mitherausgeberin der 1. BP-Gesellschaftsstudie. Sie hat in Göttingen Geschichte sowie Politikwissenschaft studiert und arbeitet vorwiegend im Bereich der Politischen Kulturforschung. Sie beschäftigt sich überdies mit der „gesellschaftlichen Mitte“ als politische Sozialformationen und arbeitet u.a. zum Thema „Bürgerproteste“.

Die Autorinnen und Autoren



Felix Butzlaff, geb. 1981, ist Politikwissenschaftler am Göttinger Institut für Demokratieforschung und forscht u.a. zur deutschen und europäischen Sozialdemokratie.



Dr. des. Roland Hiemann, geb. 1978, hat Politikwissenschaft in Göttingen und Uppsala studiert. Nach einer dreijährigen Tätigkeit bei der Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) in Berlin war er bis 2014 als wissenschaftlicher Mitarbeiter, Redakteur und Lektor am Göttinger Institut für Demokratieforschung beschäftigt. Seither arbeitet er im Wahlkreisbüro der Landtagsabgeordneten Doris Schröder-Köpf in Hannover.



Sebastian Kohlmann, geb. 1982 in Braunschweig, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Göttinger Institut für Demokratieforschung. Er studierte Politikwissenschaft und Germanistik in Göttingen und Edinburgh und promoviert aktuell in Göttingen. Sein Forschungsschwerpunkt ist die politische Biographik.



Dr. Robert Lorenz, geb. 1983, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Göttinger Institut für Demokratieforschung und gehört dort den Redaktionen des Blogs und von „INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft“ an. Sein Forschungsschwerpunkt sind politische Führung und politische Karrieren.



Dr. Matthias Micus, geb. 1977 in Hannover, ist Akademischer Rat am Institut für Demokratieforschung sowie seit 2011 Redaktionsleiter von INDES. Zeitschrift für Politik und Gesellschaft.



Dr. Teresa Nentwig, geb. 1982, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Göttinger Institut für Demokratieforschung. Sie studierte Politikwissenschaft und Französisch in Göttingen und Genf. Ihre Forschungsschwerpunkte sind die niedersächsische Landesgeschichte und -politik, die politische und gesellschaftliche Entwicklung in Frankreich, Frauen in Führungspositionen sowie politische Skandale.



Dr. Andreas Wagner, geb. 1982, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Göttinger Institut für Demokratieforschung. Er studierte Politikwissenschaften und Jura in Göttingen sowie European Studies (Euroculture) in Göttingen und Groningen (NL). Andreas Wagner wurde 2013 mit einer Arbeit über den Wandel der europäischen Christdemokratien promoviert..

Die gesamte Studie ist ab dem
27. März 2015 als Buch erhältlich:



Franz Walter / Stine Marg (Hg.)

„Sprachlose Elite?:

Wie Unternehmer Politik und Gesellschaft sehen“

Rowohlt Hardcover,
352 Seiten
27.03.2015
16,95 €
978-3498042134

Kontaktdaten

Institut für Demokratieforschung
Georg-August-Universität Göttingen

Weender Landstraße 14
37073 Göttingen

Tel: 05 51 / 39 1701-00
Fax: 05 51 / 39 1701-01
info@demokratie-goettingen.de

Ansprechpartnerin

Stine Marg 05 51 / 39 1701-16 stine.marg@demokratie-goettingen.de



Göttinger Institut für
Demokratieforschung