The Pioneer
Die The Pioneer App
Jetzt herunterladen
LADEN

Mittelstand in Deutschland

# Feindbild Unternehmer

Seit der Kampfansage von Bärbel Bas gegen „die Herren in bequemen Sesseln und Maßanzügen“ rumort es unter den Unternehmern. Warum ist ihr Image so schlecht – und was sagt das über Deutschland?

Christian Schlesiger, Magdalena Thiele

10 min. | 13.12.2025

© dpa

**Christina Böhm** ist Wutunternehmerin. Sie führt zusammen mit ihrem Bruder einen Malerbetrieb bei Bamberg: 30 Beschäftigte, klassisches Handwerk, eng vernetzt in der Region. Eine Familien-GmbH in vierter Generation.

Sie sagt über sich, dass sie „hoch verantwortungsvoll“ mit ihren Beschäftigten umgehe. Und wenn man sie so reden hört, will man ihr das glauben. Mitarbeitern mit Problemen versuche sie zu helfen – notfalls mit rechtlichem oder finanziellem Rat, sagt Böhm.

Umso mehr hat sie die Kampfansage der Arbeitsministerin **Bärbel Bas** Ende November auf dem Juso-Tag in Mannheim irritiert.

Böhm sagt:

- „Ich bin entsetzt."
- „Ich war sprachlos."
- „Das gehört sich nicht."

Das Bild von Unternehmern in Deutschland sei in Teilen der politischen Elite völlig verzerrt. Als ob Arbeitgeber, sagt Böhm, wie „Dagobert Duck in den Millionen schwimmen würden".

So wie Böhm denken viele Unternehmer in Deutschland. Dafür braucht man kein Meinungsforschungsinstitut. Der Bas-Sound hat bundesweit Kopfschütteln ausgelöst: als wäre der Klassenkampf zurück, als gäbe es keine Sozialpartnerschaft mehr, als sei der ehrbare Kaufmann eine Person der Vergangenheit.

Aber wie konnte es überhaupt dazu kommen, dass das Bild von Unternehmern in der (linken) Politikerbubble und in Teilen der Gesellschaft so ist, wie es ist: nämlich verzerrt.

Eine Analyse in sieben Punkten:

**#1 Die Schulbuch-Intonierung**

Die Schule prägt das Wertebild einer Gesellschaft. Dass Deutschland selbstkritisch die Nazivergangenheit aufgearbeitet und pädagogisch vermittelt hat, gilt weltweit als vorbildlich.

Umso wichtiger ist, welches Bild des Unternehmers die Lehrkräfte im Schulunterricht eigentlich vermitteln.

Die Wissenschaftler **Prof. Nils Goldschmidt**, **Romina Kron** und **Marco Rehm** von der Universität Siegen werteten dafür 40 Schulbücher der Fächer Wirtschaft, Politik, Sozialwissenschaften und Geografie der Sekundarstufen I und II aus.

„Das zentrale Ergebnis der Untersuchung ist", so schreiben sie:

> **Schulbücher vermitteln nur in seltenen Fällen ökonomisches Denken.**

**Wissenschaftlich ausgedrückt**: „Man spricht (...) zwar über Wirtschaft, aber nicht aus der notwendigen fachwissenschaftlichen Perspektive." Das (Teil-)Fach Wirtschaft sei „ein Fach ohne ökonomische Fachlichkeit".

**Eine feine, aber wichtige Beobachtung**: Die Bedeutung von Unternehmen und Unternehmern rückt hinter die des Staates.

**Die Autoren schreiben**: „Der Staat ist die Lösung in wirtschaftlichen Transformationsprozessen." Er trete in den Schulbüchern „als benevolenter, paternalistischer Akteur auf, der über seine Bürger wacht und stets das Gute will".

Das heißt also: good government, bad company.

Eine kritische Betrachtung staatlichen Handelns „findet nicht statt". Privatwirtschaftliche Initiativen oder marktliche Lösungsmöglichkeiten für gesellschaftliche Probleme „stehen im Hintergrund".

Dass eine Gesellschaft Gründer und Innovationen braucht, um zu wachsen und sich fortzuentwickeln, spielt in Schulbüchern offenbar eine zweitrangige Bedeutung.

Maren Jasper-Winter, Mitglied des Vorstands der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit © dpa

„So vermittelt Schule, dass unternehmerische Verantwortung und Selbstbestimmung grundsätzlich etwas Schlechtes ist", beklagt **Maren Jasper-Winter**, Vorstandsmitglied der *Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit*, die die Studie in Auftrag gegeben hat. „Langfristig wird das zum Problem für unsere Demokratie. Denn Kinder lernen, sie können in der Gesellschaft nichts bewirken."

Zum Gastbeitrag von Maren Jasper-Winter: **Das Wachstumshemmnis sitzt im Klassenzimmer**

**Weiteres Ergebnis der Studie von 2024**: „Unternehmerische Initiative als treibende Kraft von gesellschaftlichen Veränderungen und Strukturwandel sucht man zumeist vergeblich."

„Über Unternehmertum und Gründung wird berichtet (beispielsweise durch Schülerfirmen, Gründungswettbewerbe usw.), sie sind aber in den Schulbüchern nicht handlungsleitend."

Fazit 1: Die Existenz des Unternehmers oder der Unternehmerin wird in der Schule nicht ignoriert, aber sie wird falsch interpretiert. Gründer sollten so beschrieben werden, was sie volkswirtschaftlich sind: die Wohlstandsvermehrer von morgen.

**#2 Das Tatort-Phänomen**

Im ARD-Sonntagskrimi *Tatort* sind vor allem Unternehmer und Manager überproportional die Mörder. Das ergab eine Untersuchung des Online-Portals **Netzsieger.de**, das mehr als 1.000 *Tatort*-Krimis analysiert hat.

**Konkret**: Bei jedem zehnten *Tatort* tötete ein Unternehmer – am häufigsten im München. Danach sieht das Täterprofil so aus: Berufskriminelle, Schüler, Polizisten. Die Studie ist von 2017.

Der Mittelstandsverband *BVMW* hat deshalb 2024 nachgezählt. Seit 2018 wurden Unternehmer 39 Mal als Täter überführt. Auch dieses Mal: mehr als alle anderen Gruppen wie Berufskriminelle, Polizisten oder Ehepartner.

Nur in einem einzigen Fall sei ein Journalist überführt worden – und damit genauso selten wie Pfarrer, Waldarbeiter und Arbeitslose.

BVMW-Chef **Christoph Ahlhaus** ärgert das. Er spricht von einem „völlig grotesken Bild": Im *Tatort* und anderswo werde „ein Zerrbild von Unternehmern gezeichnet, in dem Korruption, Egoismus, Geldgier und die permanente Suche nach dem eigenen Vorteil dominieren".

Tatort-Kommissare Boerne (Jan Josef Liefers, links) und Thiel (Axel Prahl) © dpa

**Nicht zu vergessen**: Der Sonntagskrimi ist ein gesellschaftliches Kulturereignis. Allein den letzten *Tatort* in der ARD aus Münster am 7. Dezember („Die Erfindung des Rades“) sahen 11,63 Millionen Zuschauer. Der Mörder: ein Familienunternehmer.

Fazit 2: Der *Tatort* ist TV-Entertainment, er darf nicht überbewertet werden. Trotzdem erlaubt er einen Blick in die Seele der Deutschen – und ihrer TV-Meinungsmacher: Bei Unternehmern wird die Nase ein wenig gerümpft.

**#3 Die Staatsdienst-Attraktivität**

**Der deutsche Mittelstand ist das volkswirtschaftliche Rückgrat**. Sagen alle, ist auch so. 99 Prozent der Unternehmen in Deutschland fallen in die Kategorie: bis zu 249 Beschäftigte, weniger als 50 Millionen Euro Jahresumsatz und eine Bilanzsumme von bis zu 43 Millionen Euro.

An der Spitze dieser kleinen oder mittleren Unternehmen (KMU) stehen meist Unternehmer.

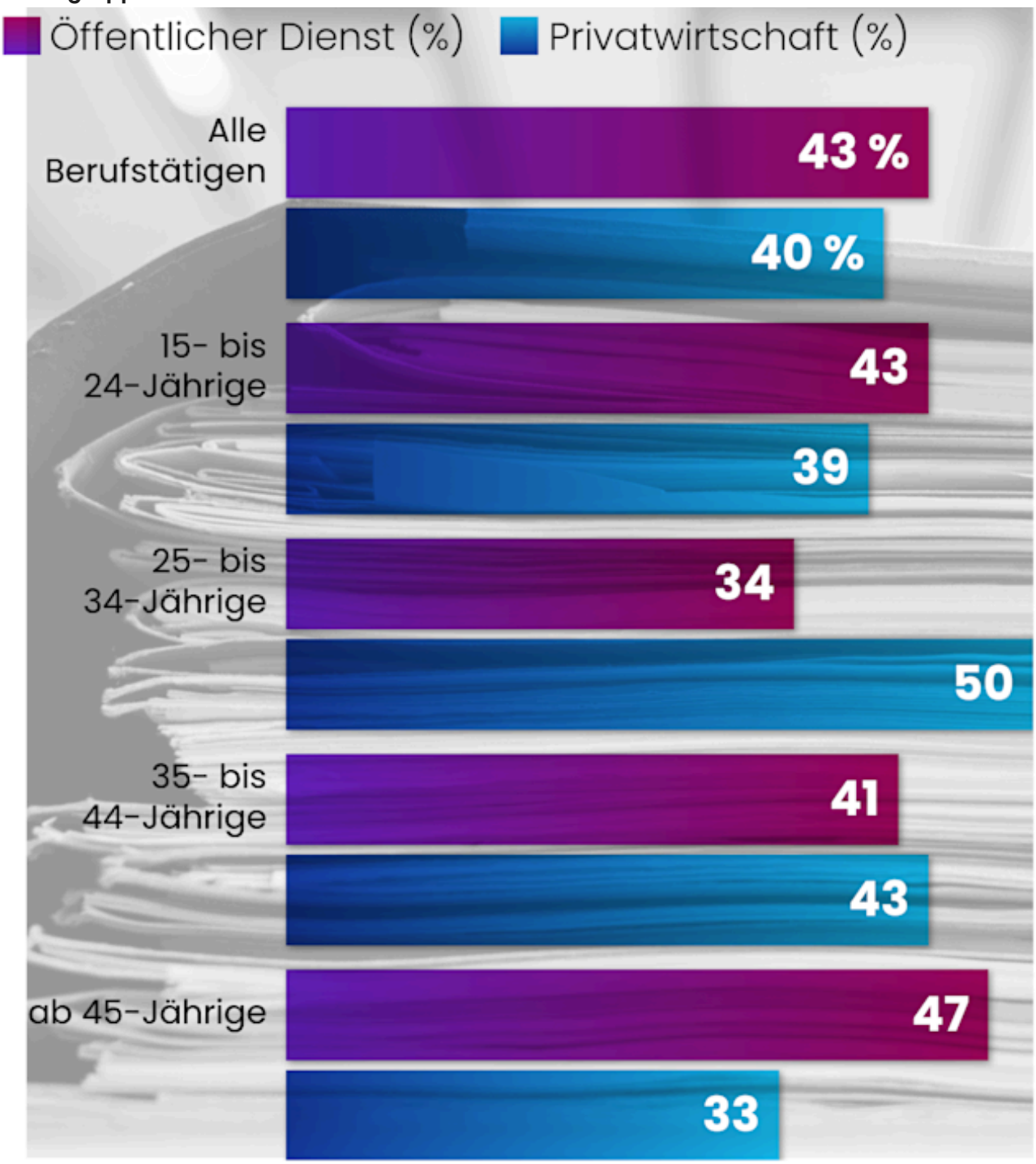
Ahlhaus bedauert inzwischen ein „negatives Klischee über Unternehmertum“. Dabei schaffe der deutsche Mittelstand „auf eigenes Risiko Arbeitsplätze, viele Unternehmer engagieren sich sozial, in Sportvereinen oder bei der Integration von Flüchtlingen“.

**Das Berufswunsch-Paradox**: Die meisten Deutschen arbeiten im Mittelstand – und fühlen sich laut Studien sogar wohl. Junge Leute streben dennoch vor allem in den Staatsdienst.

Laut einer Studie der *HDI Versicherung* würden 43 Prozent der 15- bis 24-Jährigen den öffentlichen Dienst einer Tätigkeit in der Privatwirtschaft vorziehen. Hauptgründe sind Arbeitsplatzsicherheit, bessere Altersbezüge, ein höheres Nettogehalt und weniger Stress.

## Berufswunsch Staatsdienst

**Bevorzugter Arbeitgeber: Öffentlicher Dienst oder Privatwirtschaft, in Prozent nach Altersgruppen**




The Pioneer

Quelle: HDI.

powered by statista

Das entspricht exakt dem Ergebnis der Bundesdeutschen aller erwerbstätigen Altersgruppen.

Auch die *Shell Jugendstudie* bestätigt, dass Sicherheit für mehr als 90 Prozent der jungen Menschen das wichtigste Kriterium bei der Jobwahl ist – geprägt durch Krisenerfahrungen wie Pandemie, Inflation und Klimawandel.

Darüber hinaus sind Teilzeitwünsche und Work-Life-Balance für Jüngere deutlich wichtiger als für Ältere.

Fazit 3: Im Arbeitgeber-Vergleich „Staat versus Mittelstand“ ziehen Unternehmer den Kürzeren. Das ist ein Alarmzeichen.

**#4 Der Neid-Faktor**

**Tim Klüssendorf** ist Generalsekretär der SPD – mit einem Verständnis für Unternehmer. Vor Kurzem sagte er in Berlin: Er komme aus einem Handwerksbetrieb und habe Volkswirtschaftslehre „zu Ende“ studiert. Er wisse, wie man eine Bilanz liest.

Und dennoch hat er ein ambivalentes Verhältnis zum Geld. Den Reichtum von **Elon Musk** findet Klüssendorf unlauter. Konkret sagte er *The Pioneer*:

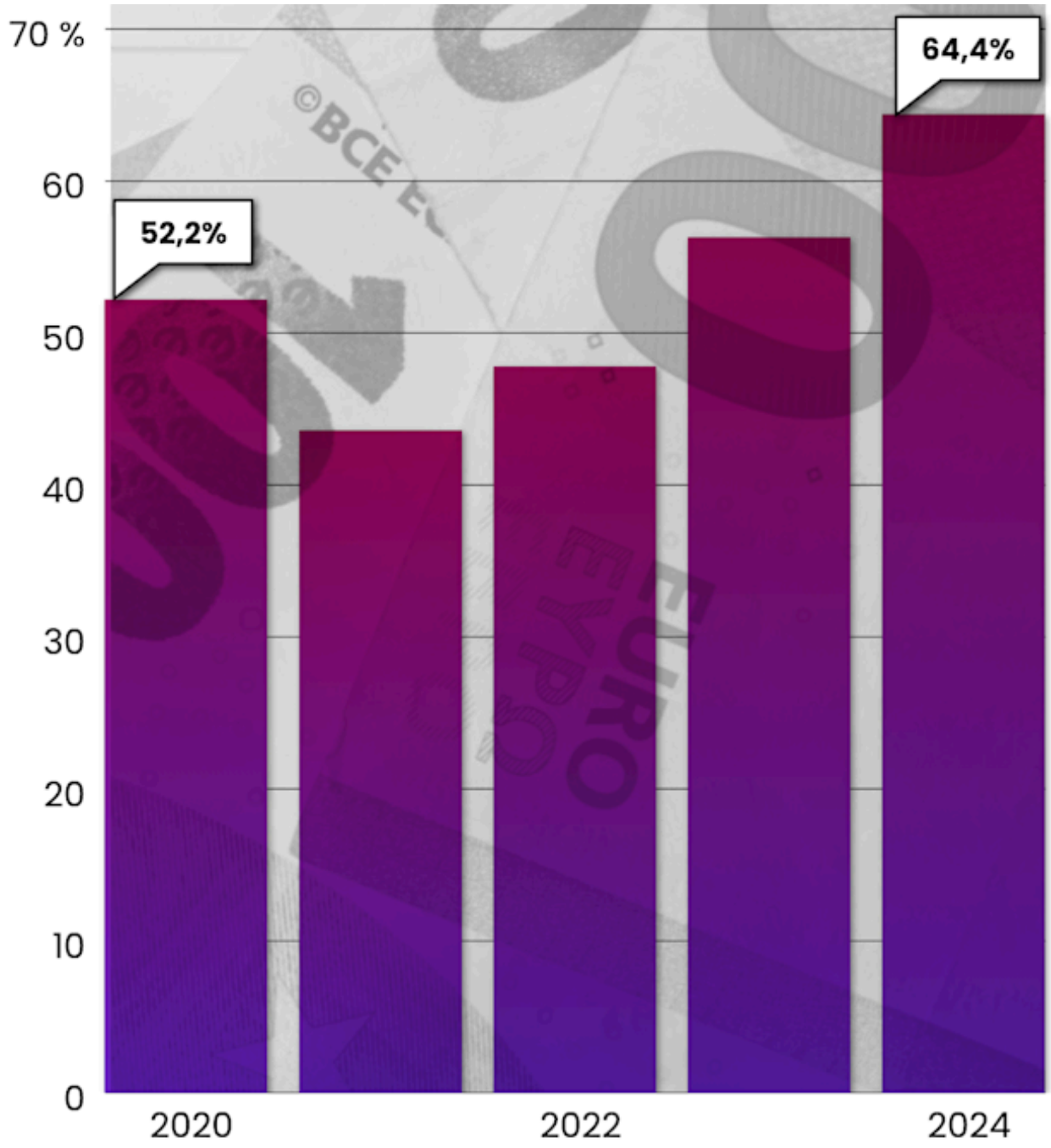
> **Musk will der reichste Mensch der Menschheitsgeschichte sein, und ich finde es ekelhaft.**

**Warum das wichtig ist**: weil das Streben nach Geld und Reichtum in einer Marktwirtschaft eine Funktion hat. Die Aussicht auf Vermögen motiviert, ins Risiko zu gehen.

Das geht auch aus einer Gründerstudie des *Global Entrepreneurship Monitors* hervor: Junge Menschen gründen, weil sie reich werden wollen.

# Antriebskraft Geld

**Zustimmung zum Gründermotiv*: „großer Wohlstand oder sehr hohes Einkommen“, in Prozent**




ThePioneer

Quelle: GEM. *Umfrage unter Gründern in Deutschland.

powered by statista

Eine andere Grafik über die Erben-Republik Deutschland hat in einem Gutachten für Wirtschaftsministerin **Katherina Reiche** Anfang Oktober dagegen Neid erzeugt.

Die vier Ökonomie-Professoren **Veronika Grimm**, **Justus Haucap**, **Stefan Kolev** und **Volker Wieland** kamen zu dem Ergebnis: Das Milliardärsvermögen in Deutschland werde vor allem vererbt – und nicht neu geschaffen.

**Mitautor Kolev sagte**: „Wir haben uns bewusst für diese Grafik entschieden." Weil sie zeige, dass Deutschland „vom Innovationsgeist der 50er, 60er und 70er Jahre" lebe.

Im Klartext: Deutschland lebt vom Bestand.

Wirtschaftsministerin Katherina Reiche © dpa

Den Reiche-Beratern sei klar gewesen, dass die Statistik sie ideologisch angreifbar mache. Linke Ökonomen und Politiker „werden aus verteilungspolitischen Erwägungen eine höhere Erbschaftsteuer fordern", sagt Kolev.

**Aber, so Kolev, sei ihre Interpretation eine andere**: „Die Bedingungen, in Deutschland ein unternehmerisches Imperium aufzubauen, sind nicht mehr ausreichend gegeben." So steht es auch im Gutachten: Es fehle an „wirtschaftlicher Dynamik, Veränderungsbereitschaft und Risikofreude".

**Kolev sagt**: Deutschland brauche „mehr Millionäre und Milliardäre, die aus unternehmerischem Antrieb reich geworden sind". Die Politik müsse sich für eine bessere Gründerkultur einsetzen.

> **Das sind die Arbeitsplätze von morgen.**

**Stattdessen stehen Familienunternehmen in der Kritik**: In einer Befragung der Beratung *PwC* sagen 30 Prozent: „Familienunternehmen verstärken durch die Familiendynastien eine ungleiche Vermögensverteilung."

**Immerhin**: 33 Prozent sagen das Gegenteil. Sie halten Familienunternehmen für einen Garanten, mit Arbeitsplätzen und sozialem Engagement **einer ungleichen Vermögensverteilung vorzubeugen**.

Fazit 4: Die Bewertung von Familienunternehmen ist unterschiedlich. Ein Großteil schätzt sie, ein Großteil misstraut ihnen. Neid bleibt ein deutsches Gesellschaftsphänomen.

**#5 Das Langweiler-Image**

Auf die Frage, ob sich *Flix*-Chef **André Schwämmlein** inzwischen denn auch als Mittelständler sehe, sagt er vor ein paar Jahren: Er sehe sich „als Gründer". Das entspreche der Dynamik seines Geschäftsmodells.

Der Mittelstand wirkt konservativ, ein bisschen altbacken – auch in der Start-up-Szene.

André Schwämmlein, Co-Gründer und CEO von Flix © X/FlixBus

Die Kommunikationsberatung *Klenk & Hoursch* schreibt in ihrem Image-Barometer 2024:

> **Der Mittelstand gilt als gestrig.**

Nur die Hälfte (48 Prozent) der befragten Deutschen sei der Meinung, „Mittelständler würden Innovationen vorantreiben“. Großunternehmen kommen auf 56 Prozent.

Auch bei der Digitalisierung von Prozessen wird dem Mittelstand weniger Kompetenz zugesprochen. Mehr als zwei Drittel (70 Prozent) sagen: Großunternehmen setzten schneller auf Künstliche Intelligenz. Über den Mittelstand sagen das nur 31 Prozent.

**Das heißt nicht, dass die Befragten recht haben**. Aber es erklärt das Image deutscher Unternehmer: solide ja, aber kein innovatives Powerhouse.

**Immerhin**: Wer bei einem Familienunternehmen arbeitet, schätzt oft deren Bodenständigkeit und Regionalität. Neun von zehn Befragten in einer Studie der Beratung *PwC* sagen, dass sie ihren Arbeitgeber „eher gut“ oder „sehr gut“ bewerten.

Dennoch mahnt die Beratung *PwC*:

> **Die wirtschaftliche Stärke von Familienunternehmen findet zu wenig Anerkennung.**

Fazit 5: „The German Mittelstand“ ist ein Exportschlager. In der eigenen Heimat fällt das Image aber nüchterner aus.

**#6 Der Gründer-Durchschnitt**

Es ist nicht so, dass die deutsche Jugend Eigenverantwortung meidet. Im Gegenteil: Drei Viertel der jungen Erwachsenen handeln lieber auf Grundlage ihrer eigenen Entscheidungen. So eine repräsentative *Forsa*-Befragung unter 14- bis 21-Jährigen.

70 Prozent seien außerdem „bereit, neue Dinge auszuprobieren“ – auch wenn die Projekte scheitern könnten.

Aber, und das ist die entscheidende Frage mit Blick auf das Unternehmertum: Nur 34 Prozent der jungen Bundesbürger können sich vorstellen, „sich selbstständig zu machen und ein Unternehmen zu gründen“.

**Die gute Nachricht**: Es fehlt möglicherweise gar nicht so viel, um die Motivation der jungen Erwachsenen für eine neue deutsche Gründerkultur zu aktivieren.

Die Autoren **Johanna Okroi**, **Ellen Wallraff** und **Ivo Andrade** empfehlen in ihrer Studie im Auftrag der *Bertelsmann Stiftung* „Entrepreneurship Education“. Das heißt: „Es gilt, projektplanerische und unternehmerische Kompetenzen von jungen Menschen gezielt zu fördern.“

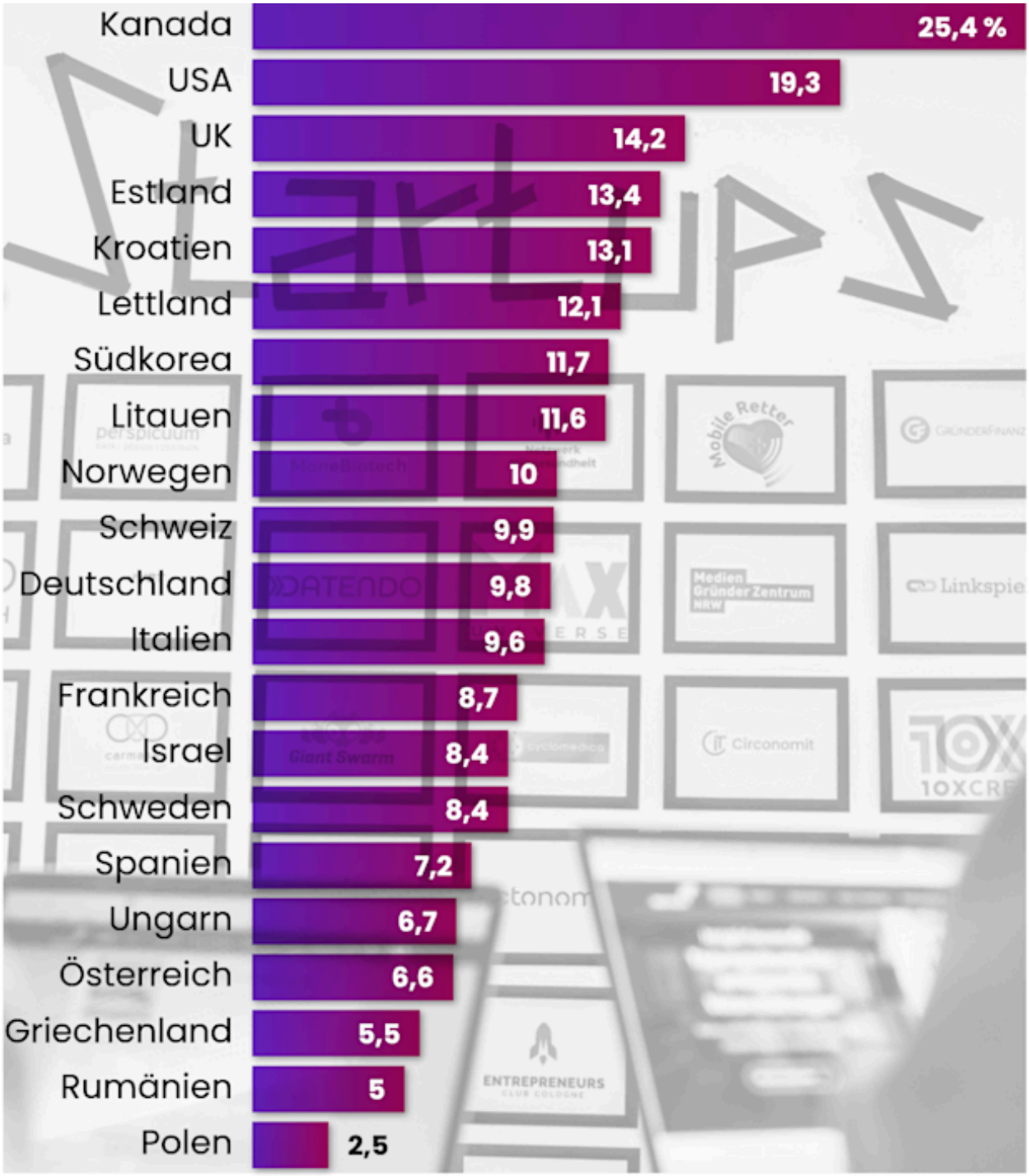
Beim Schritt in den Arbeitsmarkt ist Selbstständigkeit zwar oft eine Option, aber im Vergleich zu den dynamischen Unternehmerländern ist Deutschland nur Durchschnitt. Das geht aus dem *Global Entrepreneurship Monitor* der Universität Hannover hervor.

So liegt die Gründerquote hierzulande unter den 18- bis 64-Jährigen bei 9,8 Prozent. Zu der etwas breiter gefassten Definition zählen auch Gründer, die ihre Unternehmung vorbereiten, aber noch nicht umgesetzt haben (und theoretisch auch noch aufgeben könnten). Die Autoren sprechen vom „Total early-stage Entrepreneurial Activity“ (TEA).

**Wichtig**: Vergleicht man die Gründungsquote von 2024 mit dem Durchschnitt der vergangenen drei Jahre 2021 bis 2023, gehört Deutschland zu der Ländergruppe „mit dem stärksten Wachstum der TEA-Gründungsquote“.

# Kanadier gründen am häufigsten

**Gründungsquote* ausgewählter Länder, in Prozent**




Quelle: GEM. *inklusive Gründer, die ihre Unternehmung vorbereiten, aber noch nicht umgesetzt haben.

The Pioneer

powered by statista

Allerdings bleiben angelsächsische Länder das Maß aller Dinge. In Großbritannien liegt die Gründungsquote bei 14 Prozent, in den USA bei 19 Prozent und Kanada bei 25 Prozent.

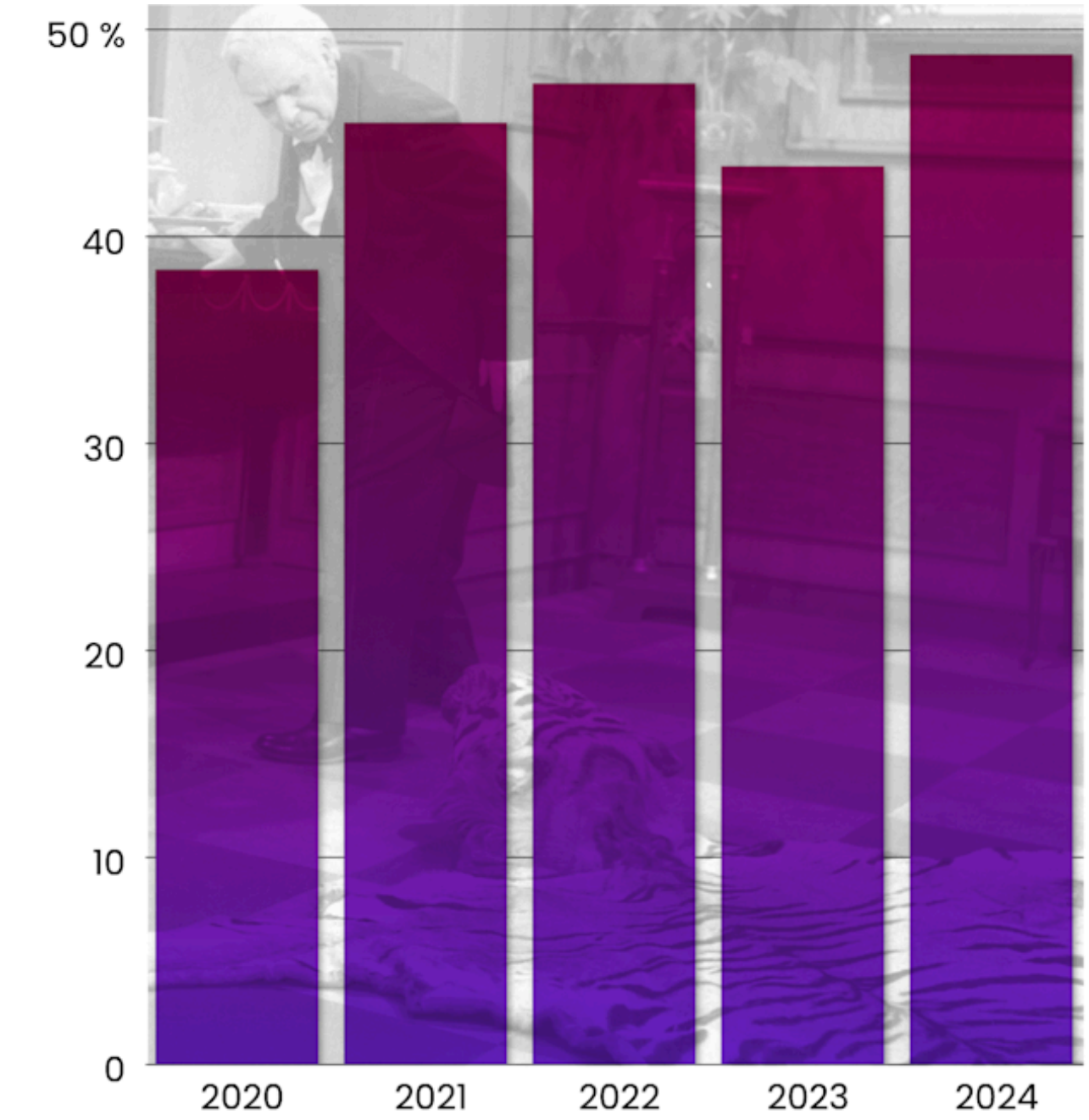
Fazit 6: Das Gründerpotenzial in Deutschland ist riesig, aber eine echte Gründerkultur hat sich noch nicht bahngebrochen. Es wäre Zeit.

**#7 Die Scheitern-Angst**

**Nach wie vor in Deutschland**: Die Angst vorm Scheitern ist groß. Die Furcht nimmt in der Bevölkerung sogar seit Jahren zu. Inzwischen sagt das fast jeder Zweite. Vor fünf Jahren waren das „erst“ 38 Prozent.

## The German Angst

**Zustimmung zu der Aussage: Ich gründe kein Unternehmen aufgrund der Angst zu scheitern, in Prozent**




The Pioneer

Quelle: GEM.

powered by statista

Zur aktuellen gesellschaftlichen Situation sagt der Psychologe **Stephan Grünewald**: „Wir erleben eine Verdichtung von Bedrohungskulissen, die Menschen nehmen Krisen als ‚ewige Wiedergänger‘

wahr."

Früher habe es die Zuversicht gegeben, dass Probleme abgeräumt werden. „Heute haben viele das Gefühl: Diese Krisen haben eine Zombie-Qualität – sie gehen nicht mehr weg."

Die Autoren des *Global Entrepreneurship Monitors* kommen aber immerhin zu einer überraschenden Erkenntnis: „Interessanterweise ist 2024 in gründungsstarken Nationen wie den USA (49,5 Prozent) und Kanada (52,6 Prozent) die Angst vor dem Scheitern ähnlich stark ausgeprägt wie in Deutschland."

**Aber warum gründen dann die Amerikaner mehr als die Deutschen?** Zurück zu Grünewald. Der Psychologe hat für die Deutschen mal den Begriff des „sekundären Optimismus" geprägt.

Amerikaner seien „hands on". Sie sehen eine Chance – und ergreifen sie. Motto: Ärmel hochkrempeln, losmarschieren.

Die Deutschen warteten ab, analysierten die Lage. Wenn sie dann aber Chancen erkennen, gehen sie ran. Der deutsche Optimismus entfacht weniger Dynamik, sei aber „nachhaltiger".

Fazit 7: Der Umgang mit dem Scheitern ist auch eine gesellschaftliche Frage. Scheitern darf nicht tabuisiert, sondern muss als Chance umgedeutet werden.

Moritz von Soden (links), Chef der Bornemann Gewindetechnik © LinkedIn

**Moritz von Soden** ist so ein Unternehmer, der positiv nach vorne blickt. Deshalb hat auch ihn der negative Bas-Sound so geärgert.

Also schrieb er einen Brief an einen führenden SPD-Minister. Von Soden will nicht sagen, an wen. Aber den Inhalt darf *The Pioneer* veröffentlichen.

„Ich habe selten politische Rhetorik erlebt, die mich so wütend gemacht hat.“ Er nehme seine Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeitenden sehr ernst. „Genau deshalb trifft mich diese Art der Abwertung persönlich.“

Von Soden fordert die sozialdemokratische Führungskraft auf, Frau Bas „zur Raison“ zu rufen. „Solche Ausfälle dürfen in der SPD nicht geduldet werden.“

Fazit: Das Bild der Arbeitgeber in Deutschland hat Schaden genommen. Das Gute ist: Das Image ist zwar ein Massenphänomen, aber kein Mehrheitsphänomen. Die meisten Deutschen wissen durchaus: Unternehmer, die sich ins Risiko stellen, haben mehr Respekt verdient als ihnen die Arbeitsministerin auf offener Bühne zugeraunt hat.

**Das Wachstumshemmnis sitzt im Klassenzimmer**

Nicht der Kinder- oder Gründermangel ist das Problem, sondern das Mindset dahinter.

Artikel lesen

## Autoren

Christian Schlesiger
Ressortleiter Wirtschaft

Magdalena Thiele


## Empfehlen Sie uns weiter

Sie können diesen Beitrag mit einem Klick auf die entsprechende Schaltfläche teilen.