

Bayerische Staatszeitung, 04.09.2015, S. 15 / Ressort: Wirtschaft

Neue Studie der Universität Hohenheim zeigt niedrige Toleranz der Deutschen für in Konkurs gegangene Unternehmer

Scheitern sehen die meisten noch nicht als Chance

Scheitern nur bedingt erlaubt: Die Deutschen sind Misserfolgen gegenüber durchaus tolerant - allerdings nicht unbedingt bei unternehmerischen Fehlschlägen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie Gute Fehler, schlechte Fehler - wie tolerant ist Deutschland im Umgang mit gescheiterten Unternehmern von Professor **Andreas Kuckertz** von der Universität Hohenheim und seinen Mitarbeitern. Knapp 80 Prozent der Befragten erkennen dabei ganz allgemein Misserfolge als potenzielle Quelle zur Selbstreflexion und Rückbesinnung an und vertreten die Auffassung, dass diese auf lange Sicht gesehen auch zu positiven Ergebnissen führen können. Wenn Unternehmer scheitern, so kann jedoch nur noch jeder zweite diesem Umstand etwas Positives abgewinnen. Für die von der Karl Schlecht-Stiftung geförderte Studie wurden 2017 repräsentativ ausgewählte deutsche Bundesbürger im Alter von 18 bis 67 Jahren befragt.

Gerade das Alter spielt bei der Bewertung von Fehlschlägen eine bedeutende Rolle. Die Wissenschaftler haben herausgefunden, dass jüngere Menschen zwischen 18 und 29 Jahren unternehmerische Fehler deutlich positiver bewerten als Deutsche zwischen 60 und 67 Jahren.

Indiz für Kulturwandel

"Dies könnte ein Indiz für einen anstehenden Kulturwandel und ein gesellschaftliches Umdenken sein", sagt **Kuckertz** vom Lehrstuhl Entrepreneurship der Universität Hohenheim. Es gelte, diese positive Haltung der jungen Generation auch in Zukunft kontinuierlich am Leben zu halten.

Die Toleranz in Deutschland ist regional sehr unterschiedlich verteilt: "Während bei den Menschen in Bremen das Verständnis für unternehmerisches Scheitern am höchsten ist, akzeptieren dies die Bewohner von Mecklenburg-Vorpommern im bundesweiten Vergleich am wenigsten."

Auch ein höherer Bildungsstand macht die Menschen verständiger, zitiert Mitarbeiter Christoph Mandl aus der Studie. Bundesbürger mit einem Abschluss einer Fach- bzw. Berufsakademie oder einem Fachhochschul- oder Hochschulabschluss sind deutlich toleranter gegenüber unternehmerischen Fehlschlägen als Bürger mit einer abgeschlossenen Lehre bzw. Berufsausbildung oder ohne Abschluss.

Der Beruf spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Beurteilung von Scheitern. "Selbstständige sowie Schüler und Studenten zeigen das höchste Verständnis für unternehmerisches Scheitern", erläutert Martin Allmendinger, Mitarbeiter am Lehrstuhl. Demgegenüber habe nur rund die Hälfte der Angestellten eine positive Grundhaltung zu unternehmerischen Misserfolgen. Jeder zehnte Angestellte ist gar überwiegend negativ eingestellt.

Zweite Chance verdient

Mehrheitlich vertritt die deutsche Bevölkerung die Auffassung, dass gescheiterte Unternehmer eine zweite Chance verdient haben. Dabei sind über drei Viertel der deutschen Bevölkerung der Meinung, einem gescheiterten Unternehmer müsse eine zweite Chance eingeräumt werden. Insbesondere Selbstständige und Menschen, die in ihrem persönlichen oder beruflichen Umfeld jemanden kennen, der bereits unternehmerisch gescheitert ist, weisen dabei in der genaueren Betrachtung eine besonders positive Grundhaltung auf.

Zwar haben die gescheiterten Unternehmer aus der Sicht der Deutschen eine zweite Chance verdient. Diese soll den Unternehmern aber lieber von anderen eingeräumt werden: Über 40 Prozent der Deutschen geben zu, dass sie beim Bestellen von Waren Vorbehalte gegenüber einem bereits gescheiterten Unternehmer hätten. "Die Deutschen müssen hier endlich Taten auf Worte folgen lassen und das gesellschaftlich und wirtschaftlich wichtige Engagement auch von gescheiterten Unternehmern anerkennen", kommentiert **Kuckertz** diese Zahlen.

Um den Gründergeist in der Bundesrepublik zu stärken, sollte sich laut den Initiatoren der Studie die Sichtweise jedes Einzelnen von vereinfachendem Schwarz-Weiß-Denken (Erfolg versus Scheitern) hin zu einem umfassenden Verständnis unternehmerischen Handelns (ausprobieren, versuchen, wagen, lernen, testen) verändern. Das könne gerade dann gelingen, wenn insbesondere erfolgreiche Persönlichkeiten immer wieder in der Öffentlichkeit deutlich machen, wieviel vorangegangene Fehlschläge letztlich zu ihrem aktuellen Erfolg beigetragen haben.

Ebenso sprechen sich **Kuckertz** und sein Team dafür aus, dem Thema tolerante und fehlerfreundliche Unternehmerkultur allgemein eine erhöhte Aufmerksamkeit in Politik, Wirtschaft und Medien zu geben.

> Antje Schmid

Die detaillierten Ergebnisse der Studie sind online unter www.neue-unternehmerkultur.de frei verfügbar.


Quelle: Bayerische Staatszeitung, 04.09.2015, S. 15

Ressort: Wirtschaft

Dokumentnummer: A61191024

Dauerhafte Adresse des Dokuments: https://www.wiso-net.de:443/document/BSTZ__A61191024

Alle Rechte vorbehalten: (c) Bayerische Staatszeitung GmbH

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH