

Woran es hapert

Gewerkschaften. Die beiden größten Einzelgewerkschaften – Ver.di und die IG Metall – melden steigende Mitgliederzahlen. Ein genauer Blick zeigt indes: In der Arbeitnehmerschaft bröckelt die gewerkschaftliche Verankerung. Vielen Gewerkschaften mangelt es an jungen Mitgliedern und Frauen.

Im Jahr 1991 waren im wiedervereinigten Deutschland über 13 Millionen Menschen Mitglied einer Gewerkschaft, Ende 2014 waren es nur noch etwa 8 Millionen. Allein 6,1 Millionen davon entfielen auf die acht im Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB) zusammengeschlossenen Einzelgewerkschaften, weitere 1,3 Millionen auf den Beamtenbund

und die Tarifunion mit ihren 43 Mitgliedsgewerkschaften.

Zusätzlich gibt es noch den Christlichen Gewerkschaftsbund Deutschlands sowie einige Berufsgewerkschaften, die wie der Marburger Bund oder die Vereinigung Cockpit keinem Dachverband angehören.

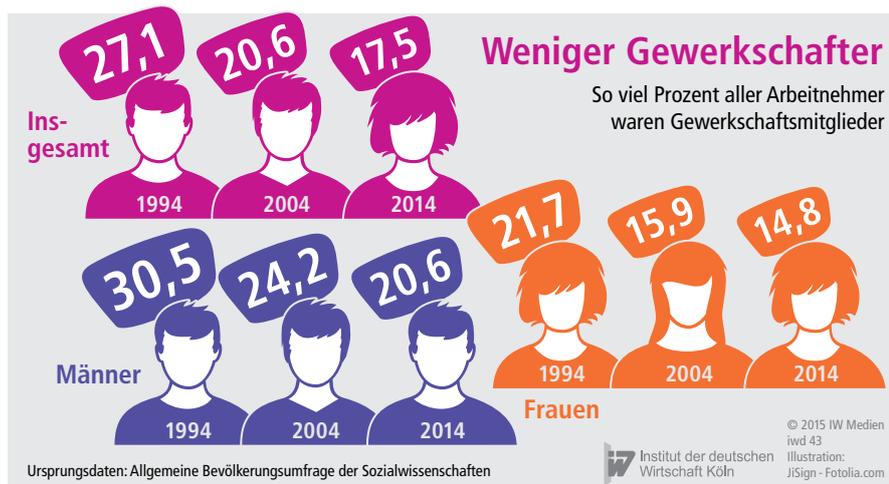
Zieht man die organisierten Rentner und Arbeitslosen von der Ge-

samtzahl der Gewerkschaftsmitglieder ab und setzt die aktiven Mitglieder in Relation zu allen abhängig Beschäftigten, erhält man den gewerkschaftlichen Organisationsgrad. Eine Auswertung der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) unter mehr als 1.600 Beschäftigten in Deutschland zeigt (Grafik):

Im Jahr 2014 waren nur 17,5 Prozent der Arbeitnehmer gewerkschaftlich organisiert.

Nach einem Zwischenhoch im Jahr 2012 – damals lag der Organisationsgrad bei 20,6 Prozent – setzte sich der seit der Wiedervereinigung bestehende Abwärtstrend zuletzt also weiter fort.

Da nur allgemein nach einer Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft gefragt wird, ist eine Aufschlüsselung der Mitgliederzahlen für einzelne Gewerkschaften nicht möglich. Wohl möglich ist jedoch ein Blick auf die Mitgliederstruktur. Verglichen mit der Struktur der Arbeitnehmer zeigt sich, dass einige Gruppen in den Gewerkschaften →



Inhalt

Berufsausbildung. Ein internationaler Vergleich zeigt, dass das duale System der Berufsausbildung besonders erfolgreich ist.
Seite 3

Ostdeutsche Marken. Ob Waschmittel, Sekt oder Spezialfahrzeuge: So manches Ostprodukt ist 25 Jahre nach dem Mauerfall auch im Westen ein Renner.
Seite 4-5

Grundbildung. Rund 80 Prozent der deutschen Unternehmen bilden geringqualifizierte Beschäftigte regelmäßig weiter.
Seite 6-7

Unternehmensgründungen. 2014 gingen in Deutschland zwar 310.000 neue Firmen an den Start, doch die Zahl der Gründungen ist seit rund zehn Jahren rückläufig.
Seite 8

→ unterrepräsentiert sind – zum Beispiel Frauen.

So sind rund 20 Prozent aller männlichen Arbeitnehmer Gewerkschaftsmitglieder, aber nur knapp 15 Prozent der Arbeitnehmerinnen.

Männer machen somit fast zwei Drittel der Mitglieder in Gewerkschaften aus, obwohl sie nur etwas mehr als die Hälfte aller Arbeitnehmer stellen. Da der Anteil der Frauen an den Erwerbstätigen zunimmt, müssten die Gewerkschaften also mehr Frauen vom Nutzen einer Mitgliedschaft überzeugen, wenn sie für Geschlechterparität sorgen wollen.

Tatsächlich haben die Gewerkschaften dieses Problem erkannt. Im Rahmen der Mitgliederwerbung werden Frauen seit einiger Zeit gezielt angesprochen, vor allem von den Dienstleistungsgewerkschaften. Ver.di hat mittlerweile einen Frauenanteil von 51,5 Prozent, bei der Ge-

werkschaft Erziehung und Wissenschaft sind sogar 70 Prozent der Mitglieder Frauen.

Dass diese Strategie aufgeht, zeigt sich auch daran, dass der Organisationsgrad der Frauen in den letzten drei ALLBUS-Befragungen stabil blieb – anders als bei den Männern, die vor allem seit 2012 Anteile verloren haben (5,5 Prozentpunkte).

Doch auch bei den Jüngeren besteht ein Rekrutierungsdefizit. Im Jahr 2014 waren von den 18- bis 30-jährigen Arbeitnehmern nur 12,1 Prozent gewerkschaftlich organisiert, während von den über 50-jährigen Arbeitern und Angestellten mehr als 22 Prozent Mitglied einer Gewerkschaft waren. In den Gewerkschaften selbst stellt sich dieses Missverhältnis so dar (Grafik):

Nur 30 Prozent aller Gewerkschafter sind zwischen 18 und 40 Jahre alt, dabei stellt diese Altersgruppe 40

Prozent aller Arbeitnehmer. 70 Prozent der Gewerkschaftsmitglieder sind dagegen älter als 40 Jahre.

Die Gewerkschaften sind also, was ihre Mitgliederstruktur angeht, älter als die Arbeitnehmerschaft insgesamt. Auch bei diesem Trend versuchen die Organisationen gegenzusteuern. Ver.di etwa hat auf dem letzten Bundeskongress beschlossen, die derzeitige sehr niedrige „Jugendquote“ von 5,4 Prozent bis 2020 auf 8,5 Prozent zu erhöhen. Im vergangenen Jahr schafften es alle acht DGB-Gewerkschaften immerhin, den Anteil der Jugendlichen in ihren Reihen um 1,3 Prozentpunkte zu steigern.

Doch es gibt noch eine dritte Gruppe, die in den Gewerkschaften unterrepräsentiert ist: die der Angestellten. Während 2014 immerhin 34 Prozent aller Beamten organisiert waren, betrug der Organisationsgrad bei den Arbeitern 20 Prozent und bei den Angestellten nur 15 Prozent.

Eine Differenzierung der Mitgliederstruktur nach Qualifikationen zeigt außerdem, dass Arbeitnehmer mit mittlerer und gehobener Qualifikation stärker organisiert sind als andere Beschäftigte. Demnach haben angelernte Arbeiter, Facharbeiter, Angestellte mit Berufsabschluss und Beamte im mittleren Dienst häufiger einen Gewerkschaftsausweis in der Tasche als ungelernete Kräfte und Hochqualifizierte wie Meister oder Beamte im höheren Dienst.

Problematisch ist auch, dass die Gewerkschaften vergleichsweise wenige Arbeitnehmer aus kleinen und mittleren Betrieben gewinnen können. Denn in diesen Firmen fehlt häufig ein Betriebsrat und damit die geeignete Infrastruktur, um dort besser Fuß zu fassen.

Das Profil der Gewerkschafter

Anteil jeweils an allen Gewerkschaftsmitgliedern beziehungsweise Arbeitnehmern in Prozent

	Gewerkschaftsmitglieder	Arbeitnehmer insgesamt
Männer	62,8	53,6
Frauen	37,2	46,4
18 bis 30 Jahre	12,2	17,6
31 bis 40 Jahre	17,9	21,9
41 bis 50 Jahre	31,4	30,1
51 Jahre und älter	38,5	30,4
Beamte	13,3	6,9
Angestellte	58,5	68,2
Arbeiter	28,2	25,0

Betriebsgröße

1 bis 9 Beschäftigte	8,9	16,9
10 bis 49 Beschäftigte	14,3	26,1
50 bis 199 Beschäftigte	26,7	23,0
200 bis 499 Beschäftigte	18,9	12,8
500 bis 999 Beschäftigte	9,0	6,4
1.000 und mehr Beschäftigte	22,0	14,7

Fünf Faktoren für den Erfolg

Berufsausbildung. Angesichts der hohen Jugendarbeitslosigkeit in Teilen Europas sollten alle Länder versuchen, ihre Berufsausbildung attraktiver zu gestalten.

In einigen Ländern Europas beträgt die Jugendarbeitslosigkeit über 40 Prozent. In anderen Staaten wie Deutschland oder der Schweiz fällt sie relativ gering aus (Grafik). Dass jungen Leuten der Übergang ins Berufsleben hier leichter gelingt als anderswo, liegt maßgeblich an der dualen Berufsausbildung.

Ein „Export“ der dualen Ausbildung in Länder mit besonders hoher Jugendarbeitslosigkeit ist aufgrund der jeweiligen Gegebenheiten vor Ort keine Antwort auf das Problem. Denn jede Neuerung in einem historisch gewachsenen Bildungssystem funktioniert immer nur so gut, wie sie sich stimmig in die vorhandenen Strukturen einfügt. Zudem gehen auch andere Länder in Europa innovative Wege in der Berufsausbildung, von denen wiederum Deutschland lernen kann. Entscheidend für den Erfolg sind diese Faktoren:

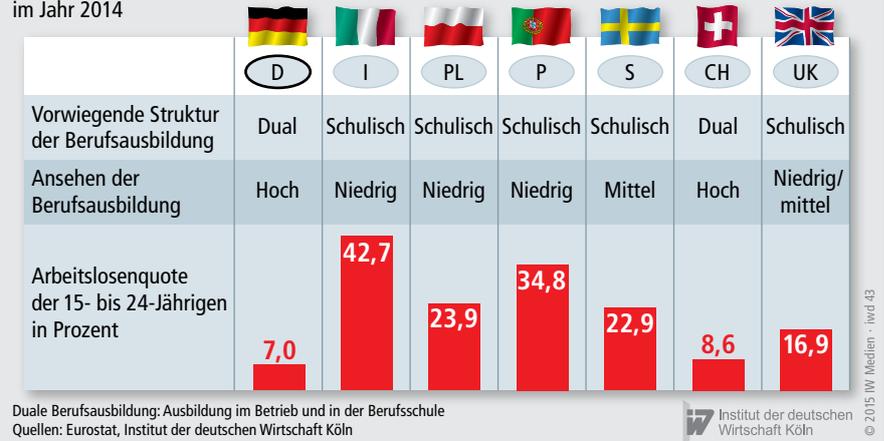
Akzeptanz. Der Erfolg der Berufsausbildung steht und fällt mit der Akzeptanz seitens der Bevölkerung und der Unternehmen:

In Ländern, in denen die Berufsausbildung eine hohe Qualität aufweist und somit auch ein hohes Ansehen genießt, ist die Jugendarbeitslosigkeit vergleichsweise gering.

In Italien, Portugal oder dem Vereinigten Königreich dagegen ist für viele Jugendliche eine Ausbildung oft nur die zweite Wahl – falls es mit dem Studium nicht klappt.

Berufsausbildung in Europa: Unterschiedliche Rahmenbedingungen

im Jahr 2014



Unternehmensbeteiligung. Je größer das Engagement von Betrieben in der Ausbildung ist, desto besser sind die Arbeitsmarktchancen der jungen Generation. Denn so lernen die Auszubildenden genau das, was im Berufsalltag gebraucht wird.

Doch dieses Engagement kann nicht von heute auf morgen exportiert werden. In Ländern mit historisch gewachsenen dualen Systemen hat es Tradition. In vielen anderen Ländern mit schulischen Ausbildungssystemen wie in Schweden oder Portugal muss erst Überzeugungsarbeit geleistet werden. Im Vereinigten Königreich etwa hat die Regierung finanzielle Anreize geschaffen, um Unternehmen den Einstieg in die duale Ausbildung schmackhaft zu machen – mit wachsendem Erfolg.

Sozialpartner. Um die Ausbildung möglichst praxisgerecht zu gestalten, ist auch eine gelebte Sozialpartnerschaft hilfreich. In Deutschland entwickeln Arbeitgeberverbände und Gewerkschaften schon seit vielen Jahrzehnten die Ausbildungsordnungen gemeinsam. Ein erster Schritt in diese Richtung können aber auch branchenspezifische Programmbeiräte sein, wie sie in Schwe-

den, Portugal und Großbritannien praktiziert werden.

Durchlässigkeit. Jugendliche und ihre Eltern finden eine Berufsausbildung besonders dann attraktiv, wenn sie den Weg zu einem weiterführenden Bildungsweg offenhält. In Polen zum Beispiel erhalten junge Leute direkt mit dem Abschluss ihrer Ausbildung eine Studienberechtigung.

Arbeitsmarktbezug. Die Berufsausbildung ist zudem dann besonders erfolgreich, wenn sie laufend mit der sich stetig verändernden Arbeitswelt Schritt hält.

In der Bundesrepublik sind Ausbildungsordnungen technikneutral und gestaltungsoffen formuliert. Auf diese Weise können Unternehmen die Auszubildenden mit den neuesten Techniken und Verfahren vertraut machen. Im Vereinigten Königreich und auch zunehmend in Polen existiert ein modularer Aufbau von Qualifikationen, die sich im Ausbildungsverlauf je nach Bedarf einzeln aktualisieren und vielfältig kombinieren lassen.

Institut der deutschen Wirtschaft Köln:
Berufsausbildung für Europas Jugend –
Voneinander lernen, miteinander gestalten
iwkoeln.de/berufsausbildung

Es war nicht alles schlecht

Ostdeutsche Marken, die 25 Jahre nach dem Mauerfall in ganz Deutschland erfolgreich sind

Rotkäppchen

Die Sektkellerei Rotkäppchen aus dem sachsen-anhaltinischen Freyburg gilt als Vorzeigeunternehmen für einen gelungenen Übergang in die Marktwirtschaft: Durch Management-Buyout 1993 von der Treuhandanstalt übernommen, wurde die 1856 gegründete Kellerei als Ostbetrieb ohne Konzerneinbindung weitergeführt und umfangreich modernisiert. Heute ist Rotkäppchen mit einem Marktanteil von einem Drittel der mit Abstand größte Sektproduzent Deutschlands und zusammen mit der 2002 übernommenen Westtochter Mumm auch im Westen Marktführer. 2014 wurden fast 250 Millionen Flaschen abgesetzt, der Umsatz lag bei knapp 900 Millionen Euro. Vor 25 Jahren konnten ganze sieben Millionen Flaschen verkauft werden.



40 Mark für ein Pfund Kaffee

Rondo

Die Magdeburger Röstfein Kaffee GmbH gehört zu Zentral-konsum, einer ostdeutschen Genossenschaft. Sie stellt seit 1997 wieder den karamellisierten Rondo Melange-Kaffee her, der in der DDR als Luxusgut für 40 Mark pro Pfund verkauft wurde. Trotz des hohen Preises – ein DDR-Arbeiter musste dafür etwa einen Tag arbeiten – war Kaffee Mangelware, sodass man über Einsparmöglichkeiten nachdachte. Neben der Karamellisierung wurde ein neues Röstverfahren mit Heißdampf entwickelt, das den Verlust an Volumen bei der üblichen Trommelröstung verhindert. Das Wirbelschichtverfahren wurde nach der Wende weiterentwickelt und macht die Rösterei auch als Zulieferer für andere Kaffeemarken interessant.



1
Fast
Milliarde Euro
Umsatz

40 Prozent
Marktanteil
im Osten

Fit

Zu DDR-Zeiten stellten 450 Beschäftigte im ostsächsischen Hirschfelde das damals noch gelbe Spülmittel her, der Marktanteil lag bei 90 Prozent. Mit der Wende verschwand das Ostprodukt aus den Supermarktregalen, die nun Westmarken listeten. 1993 gelang die Privatisierung an einen westdeutschen Chemie-manager. Das Produktsortiment wurde auf andere Reinigungsmittel erweitert und Stück für Stück konnte der ostdeutsche Markt zurückerobert werden. In Westsupermärkten tauchte Fit aber erst nach dem Jahr 2000 verstärkt auf. Heute ist das grüne Spülmittel mit einem Anteil von 40 Prozent Marktführer im Osten und nähert sich im ungleich größeren Westmarkt der 10-Prozent-Marke. Am Stammsitz Hirschfelde werden circa 170 Mitarbeiter beschäftigt. Inzwischen zählen auch Marken wie Rei oder Sunil zu Fit.



600
Mitarbeiter

Halloren

In der DDR waren die Kugeln mit Sahne-Kakao-Füllung das Gegenstück zur „westlichen“ Mozartkugel und wurden in Halle in einem Werk produziert, das auf das Jahr 1804 zurückging. 1992 wurde der Betrieb von der Treuhandanstalt an eine Beteiligungsgesellschaft aus Hannover privatisiert. Ein Wirtschaftsprüfer führte die Geschäfte dann nicht nur mit spitzem Stift, sondern auch mit viel Geschick. Die Produktion wurde modernisiert und das Sortiment ausgebaut; 2007 erfolgte der Börsengang. Neue Angebote sowie Übernahmen im In- und Ausland, etwa der belgischen Pralinenfabrik Bouchard 2013, haben den Umsatz inzwischen auf 122 Millionen Euro und die Beschäftigtenzahl auf gut 600 steigen lassen.



Seit
2007 ein
Westprodukt

Spee

Das DDR-Waschmittel Spee wurde im Werk Genthin in Sachsen-Anhalt ab 1966 hergestellt. Nach der Wende übernahm der frühere Eigentümer Henkel die Produktionsstätte wieder, er konzentriert die Herstellung von Waschpulver aber seit 2007 am Stammsitz in Düsseldorf und verkaufte das ostdeutsche Werk im Jahr 2009. Das im Osten noch immer beliebte Waschmittel mit dem schlaun Fuchs ist heute ein Westprodukt.

Spee

170
Mitarbeiter

Vita Cola

Die 1956 eingeführte Brause verschwand mit der Wende zunächst vom Markt. Nachdem der erste Ansturm auf Westprodukte nachgelassen hatte, wurde die Ost-Cola ab 1994 von der Thüringer Waldquell Mineralbrunnen GmbH in Schmalkalden, die zur hessischen Hassia-Gruppe gehört, wieder abgefüllt. Marktführer ist Vita Cola zwar nur in Thüringen, in Ostdeutschland insgesamt aber rangiert sie auf Platz zwei. Im Westen wird die Cola aus dem Osten aber bis heute kaum geführt.

Platz **1**
in Thüringen,
Platz **2** im
Osten

**Vita
Cola**



Multicar

Im Automobilbereich war der Start für den Osten in Anbetracht der technologischen Rückständigkeit von Trabant, Wartburg und Robur (Lkw) besonders schwer. Die Produktionsstandorte Zwickau, Eisenach und Ludwigsfelde wurden von Westkonzernen weitergeführt. Doch ein Nischenprodukt hat den Sprung ins 21. Jahrhundert geschafft und wird heute weltweit verkauft: Der Multicar aus dem thüringischen Waltershausen ist als kompakter Geräteträger und Transporter vom Straßenreinigungs- bis zum Feuerlöschfahrzeug überall dort im Einsatz, wo es auf Leistungsstärke und Vielseitigkeit ankommt. Seit 1998 gehört Multicar zur Hako-Gruppe aus Bad Oldesloe, die 2007 von der Possehl Holding, einer Lübecker Stiftungsgesellschaft, übernommen wurde.

Betriebe machen Schule

Grundbildung. An- und Ungelernten fehlt es an einer Ausbildung und meist auch an schulischer Grundbildung – und doch könnten sie einen Beitrag zur Sicherung des Fachkräftebedarfs leisten. Um sie für die betriebliche Weiterbildung, die dafür nötig ist, fit zu machen, gibt es einen erfolgversprechenden Ansatz – die arbeitsplatzorientierte Grundbildung. 

Wer keinen Beruf gelernt hat, qualifiziert sich am Arbeitsplatz nur selten weiter. Laut Adult Education Survey 2014 nahmen in Deutschland nur 22 Prozent der Geringqualifizierten, aber 58 Prozent der Meister und Techniker an betrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen teil. Das hat mehrere Ursachen:

Hemmnis 1: Basale Kompetenzen.

Eine grundsätzliche Hürde sind die individuellen Voraussetzungen, das Bildungsniveau und die Lernerfahrungen, die viele Geringqualifizierte

mitbringen. So erreicht nach der PIAAC-Studie (Programme for the International Assessment of Adult Competencies) fast die Hälfte von ihnen nur die erste Kompetenzstufe im Lesen und Rechnen.

Hemmnis 2: Motivation und Teilnahmebereitschaft. Wer unzureichende Grundkenntnisse hat, kann Qualifikationen nachträglich nur mit größerem Aufwand erwerben. Manche Geringqualifizierte zögern, sich überhaupt einer Weiterbildungsmaßnahme zu stellen.

Hemmnis 3: Know-how und Ressourcen. Betriebliche Maßnahmen zur Förderung der Grundbildung holen nach, was zuvor in den Schulen zum Teil versäumt wurde. Sie tragen aber oft nur dann Früchte, wenn sie über einen längeren Zeitraum laufen – das macht sie für Firmen vergleichsweise teuer. Zudem benötigen Unternehmen das Know-how, wie solche Maßnahmen zu gestalten sind.

Trotz der Hemmnisse bieten Unternehmen ihren geringqualifizierten Beschäftigten Grundbildungsmaßnahmen an. Das zeigt eine IW-Umfrage im Rahmen des vom Bundesbildungsministerium geförderten Projekts „AlphaGrund – Arbeitsplatzorientierte Alphabetisierung und Grundbildung Erwachsener“.

Insgesamt haben rund 80 Prozent der vom IW Köln befragten Unternehmen in den vergangenen fünf Jahren mindestens eine Weiterbildung für ihre geringqualifizierten Beschäftigten durchgeführt.

Bei 29 Prozent der Unternehmen handelte es sich dabei um eine Maßnahme der arbeitsplatzorientierten Grundbildung.

Was diese Firmen im Einzelnen tun, wie sie die Zukunft sehen und welche Unterstützung sie sich von staatlicher Seite wünschen, hat die IW-Studie ebenfalls ermittelt:

Nachhilfe im Lesen und Schreiben.

Um die Beschäftigungsfähigkeit ihrer geringqualifizierten Mitarbeiter zu sichern, bieten die Unternehmen diesen vor allem tätigkeitsbezogene Weiterbildungen an (Grafik). An der Spitze liegen mit 60 Prozent Sicherheits- und Brandschutzschulungen

Geringqualifizierte: Die Weiterbildungsangebote der Unternehmen

Mehrfachnennungen in Prozent



Befragung von 750 Unternehmen, die in den vergangenen fünf Jahren Geringqualifizierte beschäftigt haben; Stand: 2014; Geringqualifizierte: Arbeitskräfte ohne Berufsausbildung
Quelle: IW-Personalpanel

vor fachbezogenen Schulungen, Teil- oder Nachqualifizierungen und dem Erwerb von Führerscheinen, etwa für Gabelstapler.

Nicht direkt tätigkeitsorientierte Kurse haben einen insgesamt geringeren Stellenwert. So fördert nur jede siebte Firma geringqualifizierte Mitarbeiter, indem sie grundlegende PC-Kenntnisse oder Sozial- und Personalkompetenzen vermittelt. Kurse zur Förderung der Lese-, Schreib- und Rechenfähigkeiten werden noch seltener angeboten.

Wenn Unternehmen betriebliche Grundbildungstrainings anbieten, geschieht dies in vier von fünf Fällen mit dem Ziel, die Beschäftigten auf veränderte Arbeitsprozesse vorzubereiten oder die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter flexibler einsetzen zu können (Grafik).

Kurszeit als Arbeitszeit anrechnen. Für den erfolgreichen Verlauf einer Maßnahme haben die befragten Personalexperten vor allem einen Erfolgsfaktor ausgemacht:

Vier von fünf nennen hierfür die Bereitschaft der Unternehmen, die Kurszeit auf die Arbeitszeit der Teilnehmer anzurechnen.

So nimmt die Beteiligung an Grundbildungskursen zu, wenn diese während der Arbeitszeit stattfinden. Als organisatorische Schwierigkeit bei der Umsetzung von Grundbildungsmaßnahmen haben sich dagegen in mehr als der Hälfte der Betriebe unterschiedliche Schichtzeiten der Kollegen herausgestellt.

Grundbildungsbedarf wird steigen. Zukünftig wird die betriebliche Grundbildung wichtiger werden: Über ein Drittel der Unternehmen erwarten, dass entsprechende Angebote für an- und ungelernete Mitarbeiter notwendiger werden. Sie gehen davon aus, dass die Anforderun-

Grundbildung für Geringqualifizierte: Die Motive der Unternehmen

Mehrfachnennungen in Prozent



Befragung von 327 Unternehmen, die in den vergangenen fünf Jahren zumindest eine arbeitsplatzorientierte Grundbildungsmaßnahme durchgeführt haben; Stand: 2014; Geringqualifizierte: Arbeitskräfte ohne Berufsausbildung; Quelle: IW-Personalpanel

 Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2015 IW Medien - iw43

gen an die Geringqualifizierten in ihrem Betrieb steigen.

Damit wird die Zahl der Betriebe, die sich demnächst mit Grundbildung befassen werden, gegenüber heute um 30 Prozent zulegen. Nur etwa jedes zehnte Unternehmen geht von abnehmendem Grundbildungsbedarf aus, für die Hälfte der Befragten bleibt der Bedarf gleich.

Mit dem Angebot von arbeitsplatzorientierter Grundbildung betreten viele Unternehmen also Neuland. Darum setzen sie auch auf die Unterstützung durch kompetente Bildungsträger. So haben 73 Prozent der befragten Firmen eigene Grundbildungskurse angeboten und 77 Prozent ebenso externe Anbieter in Anspruch genommen.

Auch die Länder sind gefragt. Damit Unternehmen Grundbildungsmaßnahmen leichter in ihr Weiterbildungsangebot integrieren können, besteht arbeitsmarktpolitischer Handlungsbedarf. Hier sollten sich

auch die Länder, die als Träger des Schulsystems für die Grundbildung zuständig sind, finanziell einbringen und sich ihrer bildungspolitischen Verantwortung stellen.

Grundbildungsfreundliche Rahmenbedingungen unterstützen nicht nur Unternehmen dabei, die Beschäftigungsfähigkeit von An- und Ungelernten zu verbessern. Eine dauerhafte und rentable Perspektive für Bildungsanbieter trägt auch dazu bei, dass Bildungsträger überhaupt Angebote und Konzepte der arbeitsplatzorientierten Grundbildung entwickeln und unterbreiten – und zwar ausgerichtet am individuellen Bedarf der Unternehmen wie auch der geringqualifizierten Beschäftigten.

 **aus IW-Trends 3/2015**

Helmut E. Klein, Sigrid Schöpfer-Grabe: Arbeitsplatzorientierte Grundbildung für Geringqualifizierte – Ergebnisse einer IW-Unternehmensbefragung
iwkoeln.de/grundbildung

Runter und runter

Unternehmensgründungen. Die Zahl der Unternehmensgründungen ist seit etwa zehn Jahren rückläufig – parallel zur Abnahme der Arbeitslosigkeit. Für diesen Gleichlauf gibt es einen handfesten Grund.

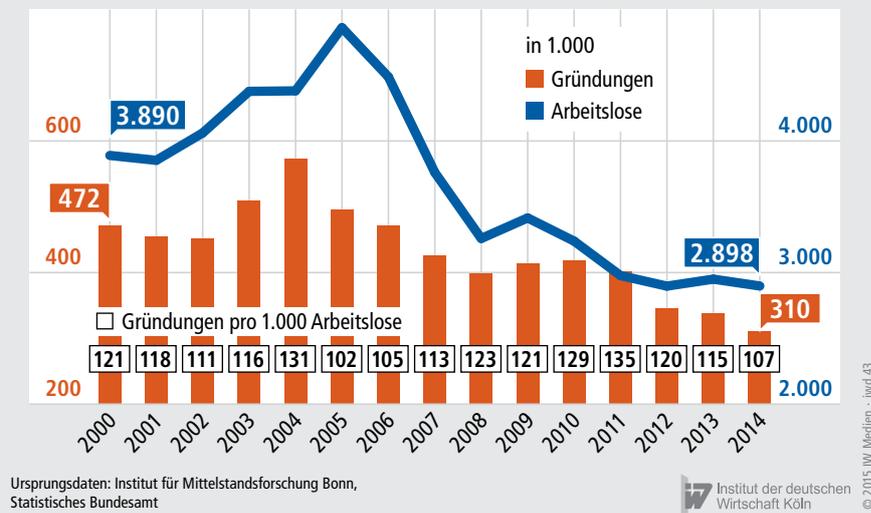
Im vergangenen Jahr sind in Deutschland 310.000 Betriebe gegründet worden – das waren rund 260.000 weniger als zehn Jahre zuvor. Das Jahr 2004 dürfte allerdings ein Ausreißer gewesen sein. Denn damals erreichte die Gründungswelle durch die Ich-AGs ihren Höhepunkt; sehr viele Arbeitslose machten sich mit Geld von der Arbeitsagentur selbstständig.

In den Jahren 2003 und 2005 wurden dagegen jeweils eine halbe Million Firmen gegründet – dies dürfte damals das Normalmaß gewesen sein. Nimmt man diesen Wert als Vergleichsmaßstab, ist die Zahl der Gründungen seither um fast 40 Prozent zurückgegangen (Grafik).

Adressaufkleber

Arbeitslosigkeit und Gründungen: Zwei Seiten einer Medaille

Weil der Arbeitsmarkt zuletzt immer besser lief, ist auch die Zahl der Menschen, die lediglich mangels Jobperspektive eine Firma gegründet haben, zurückgegangen. Das schlägt sich in der rückläufigen Gesamtzahl der Gründungen nieder.



Parallel zum Einbruch der Gründungen ist die Zahl der Arbeitslosen ebenfalls um 40 Prozent auf durchschnittlich 2,9 Millionen gesunken.

Der weitgehende Gleichlauf von Gründungen und Arbeitslosigkeit kommt nicht von ungefähr. Er ist eine Reaktion auf den heißlaufenden Arbeitsmarkt: Wer aus vielen attraktiven Stellenangeboten auswählen kann, verzichtet eher auf Risiken und Überstunden, die mit einer Selbstständigkeit verbunden sind.

Dieser Zusammenhang dürfte insbesondere für Menschen ohne solide Ausbildung gelten. Denn sie finden, wenn die Arbeitslosigkeit besonders hoch ist, erfahrungsgemäß nur schwer eine Stelle – als Alternative bleibt dann oft nur die Selbstständigkeit, also die Gründung aus Not.

Weil der Arbeitsmarkt aber momentan gut läuft, hat die Zahl der Gründer aus Not auch stärker abgenommen als die Zahl jener Entrepreneur, die mit einer eigenen Firma eine Geschäftsidee umsetzen wollen. Nach Befragungen des Global Entrepreneurship Monitors für Deutschland kamen zuletzt auf eine „notgetriebene“ Gründung 3,3 „chancenorientierte“ Gründungen.

Allerdings ist es auch mit den chancenorientierten Gründungen nicht mehr so weit her wie früher. Denn die Zahl der größeren Gründungen, die durch einen Eintrag ins Handelsregister oder die Einstellung von Mitarbeitern gekennzeichnet sind, hat ebenfalls abgenommen. Und zwar von 176.000 im Jahr 2004 auf 124.000 im Jahr 2014.

Impressum

Herausgeber:
Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Chefredakteur: Axel Rhein
Stellv. Chefredakteur: Klaus Schäfer (verantwortlich)
Redaktion: Andreas Wodok (Textchef), Berit Schmiedendorf, Sara Schwedemann, Alexander Weber
Redaktionsassistentz: Ines Pelzer
Grafik: Michael Kaspers, Ralf Sassen
Telefon: 0221 4981-523, **Fax:** 0221 4981-504
E-Mail: iw@iwkoeln.de

Bezugspreis: € 9,01/Monat, zzgl. € 3,08 Versandkosten, inkl. Mehrwertsteuer, Erscheinungsweise wöchentlich
Aboservice: Therese Hartmann, Telefon 0221 4981-443, hartmann@iwkoeln.de
Verlag: Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH, Postfach 10 18 63, 50458 Köln, Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln
Telefon: 0221 4981-0, **Fax:** 0221 4981-445

Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH, Meckenheim

Dem iwD wird einmal monatlich (außer Juli und Dezember) „Wirtschaft und Unterricht“ beigelegt.

Rechte für den Nachdruck oder die elektronische Verwertung über: lizenzen@iwkoeln.de
 Rechte für elektronische Presspiegel unter: pressemonitor.de

IW.KÖLN.WISSEN
SCHAFFT KOMPETENZ.