

Wege aus der Arbeitslosigkeit? Neue und alte Formen der Selbständigkeit in Japan

Cornelia Storz

- I. Selbständigkeit und Gründungsgeschehen
 - II. Was ist neu an der Selbständigkeit der 80er und 90er Jahre?
Alte und neue Formen von Selbständigkeit
 - 1. Beitrag der Selbständigkeit zu Beschäftigung und Innovation
 - 2. Wie werden Unternehmen gegründet?
Eine alte Form der Selbständigkeit zur Schaffung von Innovation und Arbeitsplätzen: *norenwake*
 - a) Anreize für den Arbeitgeber:
Personalpolitische Überlegungen und die Bedeutung des japanischen Arbeitsmarktes für sponsored spin-off.
 - b) Anreize für den Arbeitgeber:
Produkt- und Innovationsstrategien, Marktentwicklung und sponsored spin-off.
 - c) Anregungen für Deutschland?
 - 3. Neue Formen der Selbständigkeit:
chūkō nenrei und Frauen als neue Gründertypen?
 - III. Fazit
- Literaturverzeichnis

Die selbständige Erwerbstätigkeit fand lange Zeit weder in Japan noch in Deutschland Beachtung. Heute jedoch wird der Mittelstand als Hoffnungsträger für die Schaffung von Arbeitsplätzen und von Innovationspotential hervorgehoben. Dieser Beitrag widmet sich dem Phänomen der Selbständigkeit¹ aus einer etwas kritischeren Sicht, indem er alte und neue Formen der Selbständigkeit – hier fokussiert auf Japan – unter der Fragestellung betrachtet, inwieweit der Mittelstand in Japan bisher beschäftigungswirksame Effekte erzielt hat, künftig erzielen wird, und welche Veränderungen sich zwischen alten und neuen Formen der Selbständigkeit abzeichnen.

1 Selbständigkeit wird hier als selbständige Erwerbstätigkeit, also einer spezifischen Erwerbsform definiert. In Japan besteht diese Erwerbsform neben den Erwerbsformen „abhängig Beschäftigte“ und „mithelfende Familienangehörige“, so daß eine sehr heterogene Personen- gruppe gemeint ist, die nicht nur die sogenannten „entrepreneurs“ umfaßt (auf japanisch: *anturapurêneâ / kigyōka*).

I. SELBSTÄNDIGKEIT UND GRÜNDUNGSGESCHEHEN

Der nachfolgende Abschnitt befaßt sich zunächst mit einem quantitativen Aspekt der Selbständigkeit, nämlich der Entwicklung von Gründungsquoten. Für die OECD-Länder kann seit den achtziger Jahren ein Anstieg der Selbständigenzahlen und -quoten sowie eine anteilige Zunahme von Klein- und Mittelunternehmen am Gesamtunternehmensbestand festgestellt werden. Dies wurde zum Anlaß genommen, um von einer Trendwende zu sprechen, einer „Ära der Klein- und Mittelunternehmen“. Verantwortlich gemacht werden für diese Entwicklung neue Beschäftigungsmöglichkeiten im Kontext des technologischen Wandels, Tertiarisierung, das Bedürfnis nach selbstbestimmten Erwerbsformen, der Ausdruck mangelnder Möglichkeiten im Bereich abhängiger Beschäftigung, zunehmende Flexibilisierungsstrategien seitens der Arbeitgeber sowie der Aufbau kostengünstiger Randbelegschaften. Sowohl Push- als auch Pull-Faktoren bewirken damit einen Druck in Richtung selbständiger Erwerbsarbeit². Im Unterschied zu anderen OECD-Ländern kann für Japan allerdings ein Rückgang des Anteils der Selbständigen an den Erwerbstätigen und damit ein Rückgang des Anteils mittelständischer Unternehmen an den Unternehmen insgesamt festgestellt werden. Wird die Entstehung neuer Unternehmen, wie dies häufig geschieht, als Barometer wirtschaftlicher Vitalität gedeutet, dann wäre eine zurückgehende Gründungstätigkeit, wie sie in Japan für die letzten Jahre festzustellen ist, als Ausdruck sinkender Vitalität zu deuten³.

Empirisch zeigt sich dies wie folgt: Die Gründungsquote⁴ in Japan sinkt seit den 70er Jahren: Zwischen 1954 und 1974 wuchs der Unternehmensbestand in Japan noch um 70%; es wurden 2,3 Mio. Betriebe neu gegründet. Danach setzte eine Verlangsamung ein. Bis Mitte der 90er Jahre nahm der Unternehmensbestand noch um 20% zu; es wurden 1,1 Mio. Betriebe in absoluten Zahlen gegründet. Seit 1990 kommt es zu einer Umkehrung des Trends durch zurückgehende Gründungs- und steigende Schließungsquoten⁵. Als wirtschaftspolitisch besonders problematisch gilt die absolute Verkleinerung des Bestandes: Zwischen 1991 und 1994 wurden 301.000 Unternehmen gegründet und 306.000 Unternehmen geschlossen. Dies entspricht einem Defizit von 5000 Unternehmen. In Deutschland stieg die Zahl der ins Handelsregister eingetragenen Unternehmen im Unterschied zu Japan in diesem Zeitraum um jährlich 80.000⁶. Das

2 A. UHLY, „Neue“ Selbständigkeit“, in: Hanss Martin Schleier-Stiftung (Hrsg.), *Der Aufbruch ist möglich* (Innsbruck 1998) 130-142.

3 Zum Ländervergleich: vgl. JSBRI (Japan Small Business Research Institute) 1999, *White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan- Into an Age of Business Innovation and New Start-Ups*, (Tokyo 1999) 96f.

4 Zahl der Betriebe, die in der Zeit zwischen der vorhergehenden und jüngsten Erhebung gegründet werden, dividiert durch die Zahl der Betriebe zum Zeitpunkt der vorhergehenden Erhebung und durch die Anzahl der Jahre. F. BOSSE, *Neue Unternehmer braucht das Land*, in: M. Pohl (Hrsg.), *Japan 1997/98* (Hamburg 1998) 211ff.

5 JSBRI 1999 (Fn. 3) 94.

6 BOSSE (Fn. 4) 211ff.

bedeutet: Immer weniger Menschen sind in Japan unternehmerisch tätig. Während 1960 noch 10 Mio. Personen selbständig erwerbstätig waren, sank dieser Wert auf knapp 8 Mio. Personen im Jahre 1990. In relativen Werten ausgedrückt bedeutet dies, daß der Anteil der Selbständigen an den Erwerbstätigen von 22% im Jahre 1960 auf 11% im Jahre 1990 sank (im Vergleich dazu Deutschland: 18% resp. 9%)⁷.

Die Entwicklung in Japan verhält sich damit umgekehrt zum internationalen Trend, der seinerzeit von M.J. PIORE / C.F. SABEL als Ende der Massenproduktion bezeichnet wurde, hervorgerufen durch neue, flexible Technologien und veränderte Konsumentenwünsche, die zu einer Neuordnung der Produktionsorganisation führen⁸. Welche Gründe lassen sich hierfür finden? Zunächst einmal strukturelle Hemmnisse, wie die traditionell unterentwickelten Kapital- und Arbeitsmärkte⁹. Weiter hat auch das gesellschaftliche Umfeld dazu beigetragen, daß heute weniger Unternehmen gegründet werden. Das Fremdbild des Unternehmers ist partiell negativ behaftet, zum einen wegen schlechter Arbeitsbedingungen, die auch der Begriff *chûshô kigyô mondai* (Mittelstandsproblem) assoziiert, zum anderen durch die Bevorzugung von Selbständigen im Steuersystem zu Lasten von Angestellten¹⁰ – dies bedeutet selbstverständlich nicht, daß sehr erfolgreiche Unternehmer wie die Gründer von Sony oder Honda, oder der immer wieder zitierte Gründer von Softbank, Masayoshi Son, einer der erfolgreichsten *venture-business*-Gründer, nicht existierten; in der Gesamtheit überwiegt jedoch eine recht kritische Einschätzung von Unternehmertum. Aktuell werden Gründungen zudem durch die gegenwärtige Rezession bzw. konjunkturelle Schwäche, durch den *credit crunch*, das Aufbrechen von *keiretsu*-Strukturen, und die insgesamt weitgehend gesättigten Märkte erschwert. Insbesondere die schwache konjunkturelle Entwicklung und die veränderten Rahmenbedingungen erhöhen das Risiko einer Unternehmensgründung, was sich auch an den gesunkenen „Überlebenschancen“ von Neugründungen sowie an dem geringen Anteil der Gründer, die „schwarze Zahlen“ erwirtschaften, zeigt: Nur 16% der Gründer berichten von Gewinnen im ersten Jahr¹¹. Die Steigerung des Einkommens dürfte daher auch aus diesem Grund als Gründungsmotiv an Bedeutung verloren haben¹².

7 BOSSE (Fn. 4) 211ff; CKC 1997: *Chûshô kigyô-chô* 1997 [KMU-Weißbuch], (Tokyo 1997); JSBRI 1999 (Fn. 3).

8 Vgl. auch E. SCHMIDT, Klein- und Mittelunternehmen in der ökonomischen Theorie, in: W. Pascha/ C. Storz (Hrsg.) Klein- und Mittelunternehmen in Japan, Baden-Baden (forthcoming).

9 Diese strukturellen Hemmnisse haben im übrigen auch dazu geführt, daß in Japan ein geringer Anteil an *venture business* existiert. Aufgrund der Vielzahl der Definitionen gehen die Schätzungen bezüglich des Bestands weit auseinander. Je nach federführender Quelle schwanken die Angaben um das Zehnfache. An der Untergrenze liegt das Venture Enterprise Center mit rund 760 *venture businesses*, weitaus höher die Schätzungen der Zeitung *Nihon Keizai Shinbun* oder des *Sômuchô* (Management and Coordination Agency). Vgl. C. STORZ, Der mittelständische Unternehmer in Japan, Baden-Baden 1997.

10 Vgl. STORZ 1997 (Fn. 9).

11 32% weisen Verluste aus; 52% sprechen von einem „ausgeglichenen“ Ergebnis. 1992 bewerteten die Gründer die Unternehmensergebnisse günstiger: 25,4% geben an, daß sie

Diese veränderte Lage hat zu einer Neuorientierung der Mittelstandspolitik geführt: Ziele der Existenzförderung in Japan waren bisher der Erhalt technischer Fähigkeiten sowie die Förderung neuen technologischen Potentials, im Unterschied zu Deutschland und Europa, wo Existenzgründungsförderung seit jeher auch im Hinblick auf die Schaffung zusätzlicher Beschäftigungsmöglichkeiten erfolgte. Erst seit dem Anstieg der Arbeitslosigkeit in den 90er Jahren gewinnt dieser Aspekt auch in Japan an Bedeutung. Davon zeugt eine jüngere Initiative des Arbeitsministeriums, durch die zur Senkung der Arbeitslosigkeit in 15 ausgewählten Wachstumsbranchen Gründungen gefördert werden. Durch diese Initiative sollen Gründer zudem zu einer Einstellung älterer Arbeitnehmer bewegt werden – gerechnet wird mit zusätzlichen 150.000 Arbeitsplätzen¹³.

II. WAS IST NEU AN DER SELBSTÄNDIGKEIT DER 80ER UND 90ER JAHRE? ALTE UND NEUE FORMEN VON SELBSTÄNDIGKEIT

1. Beitrag der Selbständigkeit zu Beschäftigung und Innovation

Die Frage nach der volkswirtschaftlichen Relevanz von KMU¹⁴ und Gründungen kann hier nur angerissen werden¹⁵. Der Beitrag von KMU zur Schaffung von Arbeitsplätzen wird in der Literatur sehr unterschiedlich diskutiert, wobei die Ergebnisse je nach Modellannahmen und betrachteten Zeiträumen variieren – so fallen die Ergebnisse z.B. unterschiedlich je nachdem aus, ob sich die Untersuchung auf die ersten zwei oder zehn Jahre nach der Gründung bezieht, da Liquidationen in den ersten zwei Jahren sehr viel häufiger vorkommen und dadurch sehr viel mehr Arbeitsplätze vernichten (und Mittelstandsförderung insofern, so wird behauptet, auch kein angemessenes Instrument der Beschäftigungsförderung sei¹⁶).

„schwarze Zahlen“ schrieben, nur 23,4% sprechen von Verlusten (vgl. KKK (*Kokumin Kinyū Kōko*) 1996, *Shinki kaigyō hakusho* [Gründungsweißbuch], (Tokyo 1996) 20).

Zur Methodik der Studie der KKK (*Kokumin kinyū kōko*/ People's Finance Corporation): Als Gründer gelten diejenigen, die einen Kredit des angegliederten Finanzinstituts, der People's Finance Corporation, erhalten haben, und die sich im ersten Jahr der Gründung befinden. Insgesamt wurden 6483 Unternehmen befragt, die Rücklaufquote lag bei 33,6% (KKK 1996: 8). Ähnlich kritisch schätzen Gründer nach Umfragen der Small and Medium Enterprise Agency ihren Unternehmenserfolg ein (wobei auch hier das Erfolgskriterium nicht näher definiert wird): Gründer, die in den 90er Jahren ihr Unternehmen gegründet haben, bezeichnen die Gründung eher als Misserfolg (34%) denn als Erfolg (19%) – in den 50er und 60er Jahren lag der Wert bei 16% bzw. 30-35%. CKC 1999 : *Chūshō Kigyōchō* 1999 [KMU-Weißbuch], (Tokyo 1999) 297.

12 KKK 1996 (Fn. 11) 41.

13 „Handelsblatt“, Sofortprogramm für arbeitslose Japaner, 14.06.1999, 11.

14 KMU wird nachfolgend als Abkürzung für Klein- und Mittelunternehmen verwendet.

15 Vgl. zu Japan ausführlich: W. PASCHA/S. BROMANN, Die volkswirtschaftliche Bedeutung von KMU in Japan, in: W. Pascha & C. Storz (Fn. 8).

16 Vgl. E. SCHULZ, Beschäftigungsimpulse durch Mittelstandsförderung, in: Hanns Martin Schleyer-Stiftung (Fn. 2) 191ff.

Ohne den Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben, kann sicherlich festgehalten werden, daß der Beitrag japanischer KMU zur Beschäftigungswirkung als auch an der Gesamtzahl der Betriebe im internationalen Vergleich hoch liegt: Der Anteil der KMU an der Gesamtzahl der Betriebe liegt bei 98,9%; an den Beschäftigten bei 77,6%¹⁷. An der Wertschöpfung erwirtschaften KMU einen Anteil von ca. 55% (Stand 1996). Im internationalen Vergleich fällt besonders die hohe Beschäftigungswirkung auf, die in den USA mit 53% und in Deutschland mit 57% deutlich niedriger liegt. Allein in Italien wird ein ähnlich hoher Prozentsatz (80%) erreicht¹⁸.

Unternehmensgründungen wachsen in Japan sehr langsam; ein japanisches „Silicon Valley“ ist erst ansatzweise in Sicht – d.h.: in den ersten Jahren ist der Beitrag von Neugründungen zur Schaffung von Arbeitsplätzen gering: Unternehmen zählen zum Gründungszeitpunkt durchschnittlich nur drei bis vier Arbeitnehmer, die sich typischerweise aus dem Gründer selbst, seiner Ehefrau (oftmals als Buchhalterin), und ein bis zwei Teilzeitkräften zusammensetzen. Im ersten Jahr (weitere Zahlen liegen leider nicht vor) steigt die durchschnittliche Mitarbeiterzahl nur unwesentlich von 3,9 auf 4,5 Arbeitnehmer an – ein Wert, der zudem durch die überdurchschnittlich hohen Steigerungsraten im Baugewerbe, das aufgrund der starken Regulierung, Verflechtungen und staatlichen Förderungen nicht repräsentativ für Gründungen sein dürfte, als überhöht erscheint¹⁹. Gleichzeitig ist die „Kindersterblichkeit“ in den ersten Jahren sehr hoch und hat sich in den letzten Jahren zunehmend beschleunigt: Von denjenigen Unternehmen, die in den letzten drei Jahren gegründet wurden (1995-1998), überleben nur 60%²⁰. Allerdings: Etablierte Unternehmen – nach einem „Überleben“ der ersten vier, fünf Jahre – haben recht gute Wachstumschancen, die sie durch unterschiedlichste Strategien²¹ erzielen: Nach einer Umfrage des Japan Small Business Research Institute schafft ungefähr jedes vierte KMU innerhalb von fünf Jahren den Sprung zu einem „Großunternehmen“ (nach Definition des „Grundlagengesetzes für KMU“ Unternehmen mit über 300 Beschäftigten),²² andererseits gilt diese Dynamik auch in umgekehrter Richtung, also von Groß- zu mittelständischen Firmen²³. Der etablierte Mittelstand ist damit sehr viel dynamischer, als es gemeinhin scheint.

17 Gesunken ist v.a. der Anteil der Kleinstbetriebe mit weniger als 10 Beschäftigten; sektoral betrachtet schrumpfen die Branchen verarbeitende Industrie, Einzelhandel und Gaststättengewerbe besonders stark (vgl. PASCHA/BROMANN (Fn. 15)).

18 Vgl. PASCHA/BROMANN (Fn. 15); vgl. dort auch eine Analyse zu anderen volkswirtschaftlichen Parametern wie Export oder Innovation.

19 Vgl. zu den Daten KKK 1996 (Fn. 11).

20 Die Umfrage bezieht sich auf den Zeitraum 1991-1996: Demnach zählten 26% der Großunternehmen des Jahres 1996 fünf Jahre zuvor, 1991, noch zu KMU; umgekehrt wurden 23% der Großunternehmen 1991 zu KMU 1996 (JSBRI 1999 (Fn. 3): 102).

21 Z.B. durch Gründungen von Tochtergesellschaften, den sogenannten *bunsha*-Unternehmen; vgl. STORZ 1997 (Fn. 9).

22 H. LAUMER, Mittelstandspolitik in Japan, in: PASCHA/STORZ (Fn. 8).

23 JSBRI 1999 (Fn. 3) 102.

Der Mittelstand in Japan leistet damit im internationalen Vergleich seit jeher einen überdurchschnittlichen Beitrag zur Beschäftigung. Das übermäßige Gewicht, das in der öffentlichen Diskussion sehr einseitig Gründungen und „neuer Selbständigkeit“ (und damit nicht dem etablierten Mittelstand) beigemessen wird, scheint damit nicht gerechtfertigt. Allerdings geht der Mittelstand dieser „Auffangfunktion“ offenbar verlustig: 1986 lag der Beitrag des Mittelstandes zur Beschäftigungswirkung mit 80,6% noch um rund drei Prozentpunkte höher²⁴.

2. *Wie werden Unternehmen gegründet? Eine alte Form der Selbständigkeit zur Schaffung von Innovation und Arbeitsplätzen: norenwake*²⁵

Gründungen in Japan verteilen sich im wesentlichen auf vier Gründungstypen, nämlich sog. originäre Gründungen (*dokuji gata*), spin-offs (Ausgründung ohne weitere Unterstützung vom Arbeitgeber), sponsored spin-offs (Ausgründung mit Unterstützung des Arbeitgebers) und abhängige Gründungen (Tochtergesellschaften, auch als *bunsha* bezeichnet). Im Zeitraum zwischen 1955-1964 und 1991-1996 ist der Anteil sog. originärer Gründungen stark gesunken (von 37% auf 9%), während derjenige von spin-offs und abhängigen Gründungen gestiegen (von 30% auf 46% resp. von 4% auf 24%) ist. Der Anteil von *norenwake*-Gründungen hingegen ist mit 18% bzw. 20% recht stabil geblieben – ein Hinweis, daß sich diese Gründungsform unabhängig von konjunkturellen Schwankungen etabliert hat²⁶. Faßt man diese Ergebnisse zusammen, so kann man konstatieren, daß Gründungen mit Unterstützungsleistungen an Bedeutung gewonnen haben und der Anteil „selbständiger Unternehmer“ gesunken ist.

Hervorzuheben ist, daß eine bei uns kaum existente Form der Gründungsförderung besteht, die mit jeder fünften Gründung ein erhebliches Gewicht hat: das sponsored spin-off, auch bezeichnet als *norenwake*-Gründung. Aus diesen Gründen soll nachfolgend auf *norenwake* als eine „alte“ Form von Selbständigkeit eingegangen werden, die gleichwohl für Deutschland innovativen Charakter hat und daher auch als wirtschaftspolitische Handlungsempfehlung von Interesse ist.

In der wissenschaftlichen und wirtschaftspolitischen Rezeption des Gründungsgeschehens haben sich – mit Bezug auf internationale Vergleiche – unterschiedliche Topoi herausgebildet, die auf Differenzen zur Situation in Deutschland abstellen: Die Vereinigten Staaten stehen für einen starken Venture Capital Markt und ein breites Netz sogenannter Business Angels, Großbritannien für eine starke Bedeutung von Manage-

24 JSBRI 1999 (Fn. 3) 195.

25 Vgl. zu Unterabschnitt II.2. C. STORZ/S. FRICK 1999a, „*Norenwake*“ als Vorbild? Existenzgründungsunterstützung durch japanische Arbeitgeber – Institutionenökonomische Perspektiven und Anregungen für die Mittelstandspolitik in Deutschland, Wittener Diskussionspapiere (Witten Herdecke 1999) sowie C. STORZ/S. FRICK 1999b, *Sponsored Spin-offs in Japan*-Anregungen für die deutsche Mittelstandspolitik?, in: List-Forum, 25:3.

26 Vgl. CKC 1997 (Fn. 7) 320; vgl. zur Def. auch CKC 1999 (Fn. 11) 279.

ment Buy-Outs im Gründungsgeschehen und eine ebenfalls herausgehobene Stellung von Business Angels, Frankreich und die Niederlande dagegen für die Bedeutung von „Love Money“ und die Optimierung staatlicher bzw. verbandlicher Unterstützungsinfrastrukturen. In all diesen Beispielen werden unterschiedliche Modi der Unterstützung, des „Sponsorings“, von Gründungen hervorgehoben. Im japanischen Gründungsgeschehen ist dagegen eine andere Form der Sponsorings auffallend, nämlich die aktive (Aus-)Gründungsunterstützung durch den Arbeitgeber, das sogenannte einvernehmliche sponsored spin-off, bei der es zu einer originären Gründung kommt. Diese Form der Unterstützung ist in Japan recht populär, und das Ausmaß und die Bedeutung dieser Form der Gründungsunterstützung ist im internationalen Vergleich eine Besonderheit: Nach einer Untersuchung der Japan Small Business Corporation hat ca. jeder zweite mittelständische Unternehmer bereits einen Arbeitnehmer oder eine sonstige Person anlässlich einer Gründung unterstützt. Nur 37,7% gaben an, bisher keinen Gründer gefördert zu haben. In Deutschland hingegen spielen sponsored spin-offs eine verschwindend geringe Rolle: Nach älteren Quellen sollen in Deutschland nur 5 bis 6% der deutschen Arbeitgeber künftige Gründer unterstützen; eine finanzielle Unterstützung wird dabei in der Regel nicht gewährt²⁷. Dem Instrument der geförderten Ausgründung wurde bisher von wissenschaftlich-theoretischer und von praktischer Seite – in Japan und in Deutschland – nur sehr geringe Aufmerksamkeit geschenkt.

In welcher Form werden die gründungswilligen Arbeitnehmer von ihren Arbeitgebern unterstützt? Nach den Ergebnissen des Japan Institute of Labour dominieren drei Instrumente: die Vermittlung von Aufträgen, Beratungsgespräche sowie der Verkauf gebrauchter Maschinen (vgl. Abbildung 1).

27 N. SZYPIERSKI/H. KLANDT, *Venture-Management-Aktivitäten mittelständischer Industrie-Unternehmen*, Universität Köln (Hrsg.), Seminar für allg. BWL und betriebswirtschaftliche Planung (Köln 1983); D. HUNDSIEK, *Unternehmensgründung als Folgeinnovation. Struktur, Hemmnisse und Erfolgsbedingungen der Gründung industrieller innovativer Unternehmen*, in: *Schriften zur Mittelstandsforschung* Nr. 16 NF (Stuttgart 1997) 165-230; M. KULICKE, *Technologieorientierte Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland. Eine empirische Untersuchung der Strukturbildungs- und Wachstumsphase von Neugründungen*, in: *Europäische Hochschulschriften, Reihe V, Bd. 776* (Frankfurt 1987) 38; B. SCHEIDT, *Die Einbindung junger Technologieunternehmen in Unternehmens- und Politiknetze*, in: *Volkswirtschaftliche Schriften, Heft 447* (Berlin 1995).

Abbildung 1: Instrumente zur Förderung von spin-offs
(in %; Mehrfachantworten; Stand 1996)

<i>Instrument</i>	<i>Anteil in %</i>
Übernahme von Bürgschaften	6,3%
Vorstellung eines Kreditgebers bzw. Kreditinstituts	7,0%
Vermittlung von Aufträgen	69,9%
Verkauf gebrauchter Maschinen	33,6%
Vorstellung potentieller Mitarbeiter	5,6%
Beratungsgespräche zu finanztechnischen und/oder betriebswirtschaftlichen Fragen	33,6%

Quelle: Japan Institute of Labour 1996²⁸

Gefördert werden überwiegend Unternehmen derselben Branche. Die Förderinstrumente, insbesondere die Vermittlung von Aufträgen, der Verkauf von Gebrauchtmaschinen und die betriebswirtschaftliche Beratung, können daher effizient eingesetzt werden; das gegenseitige Vertrauensverhältnis dürfte zudem die Qualität der Beratung durch den zu erwartenden hohen Grad der Offenlegung noch verbessern. Der junge Gründer kann sich, überspitzt formuliert, einen „expert service“ „ins Haus holen“, auf den Gründer, die sich nicht in einem solchen Netzwerk finden, nicht zurückgreifen können. Dies dürfte die Stabilität und die Performance der sponsored spin-offs in erheblichem Maß positiv beeinflussen, denn: Nach Eigeneinschätzung von Gründern liegt der wichtigste Grund (genannt von 47,2% der Gründer) für ein Scheitern der Unternehmung in nicht ausreichendem betriebswirtschaftlichen Know-How²⁹.

Die Zusage des Arbeitgebers, von dem neu gegründeten Unternehmen Produkte abzunehmen bzw. ihm Kunden zu vermitteln, dürfte den Schritt in die Selbständigkeit erleichtern, da hierdurch das unternehmerische Risiko gesenkt wird und der Unternehmer Planungssicherheit erhält. Außerdem dürften Abnahmegarantien das Vertrauen in die Neugründung erhöhen. Und dem „unbekannten“ Unternehmen wird – insbesondere im Umgang mit Dritten – durch das „Sponsoring“ schneller Vertrauenskapital zugesprochen. Unbestreitbar wichtig für eine Gründung dürfte auch die Übernahme von Bürgschaften sein – auch wenn dies nur für einen kleinen Kreditrahmen erfolgt. Der Verkauf gebrauchter Maschinen (zu Vorzugskonditionen) reduziert die hohen Gründungskosten insbesondere im verarbeitenden Gewerbe und macht sie somit etwas einfacher.

28 JAPAN INSTITUTE OF LABOUR (*Nihon rôdô kenkyû kikô*): *Chûshô kigyô shûseki (seizô-gyô) no jittai ni kansuru chôsa* [Empirische Untersuchung zu mittelständischen Unternehmensagglomerationen in der verarbeitenden Industrie] (Tokyo 1996) (No. 82), 127.

29 CKC 1999 (Fn. 11) 301.

Mit der Feststellung, daß sponsored spin-offs in Japan häufig vorkommen und ein Bündel von Maßnahmen als Sponsoring-Instrumente eingesetzt wird, ist aber die Frage noch nicht geklärt, warum mittelständische japanische Arbeitgeber gründungswillige Arbeitnehmer beim Schritt in die Selbständigkeit fördern: Denn gerade in mittelständischen Firmen stellt qualifiziertes Humankapital einen Engpaß dar. Zusätzlich entgehen den Inkubatoren möglicherweise zu erwartende Erträge. Warum fördern sie unter Umständen ihre eigene Konkurrenz? Warum wollen Gründer gefördert werden, obwohl sie von dem Wunsch motiviert sind, unabhängig zu arbeiten? Diesen Fragen werden nachfolgend diskutiert:

- (i) Welche Anreize haben mittelständische japanische Arbeitgeber, in so starkem Umfang die Gründung durch Arbeitnehmer zu unterstützen? Welche Vorteile ziehen beide Seiten aus der Kooperation?
- (ii) Lassen sich Anregungen aus dem japanischen Gründergeschehen auf Deutschland übertragen bzw. wäre ein solcher Transfer überhaupt sinnvoll?

a) *Anreize für den Arbeitgeber: Personalpolitische Überlegungen und die Bedeutung des japanischen Arbeitsmarktes für sponsored spin-off.*

Aus personalpolitischer Perspektive ergeben sich für japanische „Mutterunternehmen“ im wesentlichen drei Anreize, Arbeitnehmer über *norenwake* zu fördern: Erstens verbessert die Tatsache, daß das Mutterunternehmen sponsored spin-offs fördert, das Image des Inkubators als Arbeitgeber. Mittel- bis langfristig kann sich dadurch die Attraktivität des Unternehmens am Arbeitsmarkt erhöhen. Der kurzfristige Verlust einer Schlüsselkraft wird durch eine verbesserte Personalbeschaffung möglicherweise überkompensiert. Zweitens können durch die in Aussicht gestellten Hilfeleistungen Mitarbeiter besser motiviert werden: In mittelständischen Unternehmen wird traditionell ein niedriges Gehalt gezahlt, das mehr als 50% unter dem Gehalt eines Arbeitnehmers in Großunternehmen liegen kann. Selbständige konnten bisher nach der Gründung mit einem hohen Einkommenszuwachs rechnen. Durch die Arbeitgeber-Unterstützung wird die Gründung erleichtert und deren Erfolgswahrscheinlichkeit verbessert. Eine *a priori* erfolgte Zusage bezüglich einer späteren Gründungsförderung hilft dem Arbeitgeber, ein niedriges Gehalt durchzusetzen und trotzdem auf motivierte Mitarbeiter zurückgreifen zu können. Die gründungswilligen Mitarbeiter verstehen ihre Tätigkeit als „Lehrzeit“ oder „Warm-up“ und das niedrige Gehalt als Investition in die Zukunft. Mit dem Motivations- und dem Imageaspekt ist auch der dritte Anreiz für Arbeitgeber verbunden: Mittelständische Unternehmen sind oft zu klein, um hochqualifizierten Mitarbeitern Karrierechancen zu bieten. Sponsored spin-offs beinhalten für sie dagegen die Möglichkeit, Arbeitnehmern alternative Karrieremuster offerieren zu können. Eine *a priori* in Aussicht gestellte Förderung setzt auch für solche Mitarbeiter Anreize, die aufgrund der Unternehmensgröße und der beschränkten Ressourcen in der Unter-

nehmenshierarchie nicht aufsteigen können. Die Karriere wird somit außerhalb des ehemaligen Arbeitgebers im eigenen Unternehmen fortgesetzt.

b) Anreize für den Arbeitgeber: Produkt- und Innovationsstrategien, Marktentwicklung und sponsored spin-off.

Neben personalpolitischen Aspekten gibt es eine Reihe von anderen Anreizen für Arbeitgeber, spin-offs von Arbeitnehmern zu unterstützen:

- (i) Der Schritt in die Selbständigkeit ist seitens der Arbeitnehmer häufig durch den Wunsch motiviert, neue, innovative Produkte zu entwickeln bzw. bereits entwickelte Innovationen am Markt umzusetzen. Viele der befragten Gründer berichten davon, daß sie sich mit ihren Vorstellungen nicht im Mutterunternehmen durchsetzen konnten, da diesen der Einstieg in spezifische neue Märkte zu risikobehaftet war. Durch ein „sponsoring“ des Gründers kann das Mutterunternehmen aus der Innovation Nutzen ziehen, ohne das Risiko einer Eigenentwicklung zu übernehmen.
- (ii) Weil die Gründer in der Regel gezwungen sind, die Innovation in einem möglichst kurzen Zeitraum zur Marktreife zu bringen, kann dies bedeuten, daß die Innovation schneller zur Marktreife kommt, als es im Unternehmen des Inkubators zu erwarten gewesen wäre. Sponsored spin-offs können aus dieser Perspektive für die Inkubator-Unternehmen daher nicht nur ein Instrument der Risikooptimierung, sondern auch ein Instrument der „Economies of speed“ sein.
- (iii) Ist die Entscheidung des Arbeitnehmers gefallen, sich selbständig zu machen, besteht jedoch die Gefahr, daß er nach der Gründung Ziele verfolgt, die nicht im Sinne des früheren Arbeitgebers liegen. Eine Zielkonkurrenz würde für den Inkubator die Strategien der Risikooptimierung und der „Economies of speed“ entwerten. Eine gezielte Förderung anlässlich einer Ausgründung kann dagegen die Zielkongruenz sichern. Durch die Förderung kann der Arbeitgeber auch nach dem Schritt in die Selbständigkeit mit einer engen Bindung des früheren Arbeitnehmers an den Inkubator rechnen. Das Sponsoring ist also die Voraussetzung dafür, daß Risikooptimierungen und „Economies of speed“ genutzt werden können. Dies läßt sich am Beispiel einer Gründung zeigen, bei der es um die Umsetzung einer Erfindung in eine marktliche Anwendung ging, die der Arbeitgeber aus Risikoüberlegungen im eigenen Unternehmen nicht realisieren mochte. In solchen Fällen wurde, so berichteten Interviewpartner, die Zielkongruenz über die vertragliche Sicherung von Erstkaufsrechten als Ergänzung zur Gründungsunterstützung gewährleistet. Mögliche Konkurrenzprobleme nach erfolgreicher marktlicher Anwendung wurden so gemildert.
- (iv) Einen weiteren Anreiz für Arbeitgeber stellt die Möglichkeit dar, durch sponsored spin-offs bestimmte Kompetenzen und Abläufe auszulagern und sich selbst auf Kernkompetenzen zu spezialisieren. Im Idealfall macht der Spin-off-Gründer die

Randkompetenzen des Inkubators zu seiner eigenen Kernkompetenz und akquiriert weitere Auftraggeber, um die Produkte kostengünstiger anbieten zu können. Durch dieses Outsourcing sollen für den Inkubator Komplexität reduziert und die Wertschöpfungsbedingungen verbessert werden. Dem geht die Einsicht in abnehmende Grenzerträge der Unternehmensführung bei größer werdenden Unternehmenseinheiten voraus. Auf der Basis einer Kooperation mit Ausgründern kann, so die Erfahrung einiger Befragter, eine Flexibilisierung und damit eine Verkürzung der Lieferzeit in Zeiten hoher Auftragseingänge erreicht werden. Dieses Argument gilt besonders für wachstumsintensive Industrien und Unternehmen, so z.B. im Teilssektor Dienstleistung an privat. In Zeiten hohen Auftragseingangs können die Aufträge an die geförderten Unternehmen weitergeleitet werden. Ein weiteres Moment von Flexibilität liegt in der Wahrung einer „optimierten“ Unternehmensgröße: Viele Unternehmer wollen über eine bestimmte Größe nicht hinauswachsen, um so flexibel und schnell auf Marktveränderungen reagieren zu können. Eine Kooperation im Verbund bietet die Chance, so klein zu bleiben, wie es für die Flexibilität des Unternehmens für notwendig erachtet wird, und auf so viele Ressourcen zurückgreifen zu können, wie es auch in Zeiten hoher Auftragslage bzw. komplexer Aufträge erforderlich ist. Die in Japan entwickelten bahnbrechenden Qualitätskontrollverfahren (die auch unternehmensübergreifend angewandt werden) begünstigen die Auslagerung von Randkompetenzen wesentlich.

- (v) In engem Zusammenhang mit dem oben genannten Kernkompetenz-Argument steht die Chance, im Verbund einfacher neue Märkte erschließen zu können. Durch die unterschiedlichen Kernkompetenzen im Verbund wird der Inkubator befähigt, Aufträge außerhalb seines Kompetenzbereiches anzunehmen und sie zusammen mit den gesponserten Ausgründungen bearbeiten zu können. Sponsored spin-offs sind so gesehen ein Instrument zum späteren Ressource-Pooling, dem gemeinsamen Auftreten für sich selbständiger Unternehmen aus verschiedenen Bereichen. Gerade bei wachsenden Märkten dürfte es besonders attraktiv sein, im Verbund mit einem breit gestreuten Angebot an den Markt zu treten, um so möglichst viele Kunden gewinnen und hochdifferenzierte Aufträge mit hoher Wertschöpfung bearbeiten zu können. Das hohe Wirtschaftswachstum Japans, das erst mit den 90er Jahren abebbte, dürfte die Entstehung von sponsored spin-offs daher begünstigt haben. In den dynamischen Wachstumsbereichen einer Volkswirtschaft sind – wie ja auch die empirischen Befunde zeigen – die Bedingungen für die Gründungsunterstützung durch Arbeitgeber besser als in schrumpfenden Wirtschaftsbereichen.
- (vi) Gewiß kann auch Downsizing (Personalabbau) als Kostensenkungsstrategie ein Motiv für das Sponsoring von Ausgründungen durch Arbeitgeber sein. In der Praxis scheint dieses Motiv für sponsored spin-offs in Japan, so Expertengespräche, aber nur eine sehr nachgeordnete Rolle zu spielen.

- (vii) Der Zufluß von externem Know-how ist für den Inkubator in der Regel ein willkommenes „by-product“. Denn über das neue Gründungsunternehmen erlangt der Inkubator – sozusagen in einem osmotischen Prozeß – unter Umständen Zugang zu externem Know-how, das der Gründer durch die Zusammenarbeit mit anderen Auftraggebern erlangt und entwickelt.

Die o.g. Anreizstrukturen erklären, warum Arbeitgeber Gründungen fördern bzw. Gründer an Förderungen interessiert sind. Sie erklären aber nicht, warum geförderte spin-offs gerade in Japan so verbreitet sind, denn die o.g. Vorteile gelten grundsätzlich für alle mittelständischen Arbeitgeber, unabhängig vom kulturellen, historisch gewachsenen Umfeld. Außerdem ist zu beachten, daß die genannten Anreize für Arbeitgeber, die Existenzgründung von Arbeitnehmern zu unterstützen, sicherlich notwendige Voraussetzungen für „Sponsoring“ sind. Aber sie sind – das zeigen alle Interviews – keine hinreichenden Voraussetzungen. In zahlreichen Fällen sind diese Anreize existent und es kommt dennoch nicht zu einer Unterstützung. Die ergänzend notwendige Voraussetzung ist das Vertrauen zwischen den beiden Partnern. Dieses Vertrauenskapital wird in der Regel gezielt über Jahre aufgebaut, was für die Arbeitgeber eine selektive Förderung vereinfacht. Auch in anderen Ländern wird man das Vertrauen zwischen Arbeitgeber und gründungswilligen Arbeitnehmern als notwendige Voraussetzung ansehen müssen. Auch in diesen Ländern sind die oben genannten unternehmensstrategischen Anreize für sponsored spin-offs mehr oder weniger stark vorhanden. In Japan kommt jedoch ein spezielles kulturelles Umfeld hinzu, das man in der Terminologie der Transaktions- und Institutionenökonomik als „Transaktionsatmosphäre“ bezeichnen kann und das zur Erklärung der großen Bedeutung von *norenwake*-Gründungen in Japan von besonderer Relevanz ist: *keiretsu*-Strukturen.

c) *Anregungen für Deutschland?*

Zunächst ist festzuhalten, daß die referierten zentralen unternehmensstrategischen Gründe für die Förderung von Gründungen durch Arbeitgeber auch in Deutschland gelten – auch wenn dies vielleicht noch nicht im Bewußtsein aller Akteure gegenwärtig ist. Der deutsche Arbeitsmarkt ist zwar anders strukturiert als der japanische, Gründungsförderung könnte aber dennoch ein wichtiges personalpolitisches Instrument der Motivation sein. Die in Deutschland in jüngster Zeit hochgelobten Entrepreneurship-Konzepte würden durch Spin-off-Sponsoring sinnvoll und glaubwürdig ergänzt. Die Gründe, die in Japan aus Sicht der Produkt- und Innovationsstrategie für sponsored spin-offs sprechen, gelten auch hierzulande. Zum Thema Outsourcing ist in Deutschland zwar eine immer noch hohe vertikale Integration festzustellen, diese muß aber nicht negativ sein. Anders als in Japan, wo sponsored spin-offs gerade auch im und durch den Mittelstand stattfinden, sind es in Deutschland Großunternehmen (DaimlerChrysler, Siemens etc.), die über die von ihnen gegründeten Venture Capital Firmen auch für Spin-offs aus dem eigenen Unternehmen offen sind. Primär dienen

diese Venture Capital Firmen der Großunternehmen aber der Förderung externer Gründungen, was auf die Motivation, Zufluß von externem Know-how zu sichern, rekurriert. Daneben ist in Deutschland im Bereich der Tarifpolitik der Chemieindustrie das Instrument der Sponsored Spin-offs aufgegriffen worden, so im Rahmen des „Transfer-Sozialplans“, der den Untertitel „Neues Denken und neue Wege zur gemeinsamen Gestaltung des Strukturwandels in der chemischen Industrie“ trägt³⁰. Dabei spielen einerseits beschäftigungspolitische Aspekte (Reaktion auf Stellenabbau), aber auch Aspekte der Innovationsstrategie (insbesondere im Bereich der Biotechnologie) eine wichtige Rolle³¹. Die frühere Hüls AG bietet gründungswilligen Arbeitnehmern zum Beispiel die Auswertung nicht genutzter Patente an.

Daß sponsored spin-offs in Deutschland im Vergleich zu Japan noch recht wenig verbreitet sind, könnte auch mit einem „Frame“, einer institutionalisierten Wahrnehmungs- und Kommunikationsroutine, zusammenhängen, die arbeitgeberseitig geförderte Gründungen unter den generellen Verdacht der Förderung von „Scheinselbständigkeit“ stellt. Zwar lassen empirische Analysen zur Bedeutung der Scheinselbständigkeit in Deutschland erkennen, daß diese wohl weniger häufig vorkommt, als es die Literatur oder die öffentliche Debatte vermuten läßt³². Das hindert einige Akteure jedoch nicht, bei der Diskussion um sponsored spin-offs sofort auf den sozial geächteten Begriff der „Scheinselbständigkeit“ zu verweisen. Mit „Scheinselbständigkeit“ läßt sich jedoch keines der personalpolitischen, unternehmensstrategischen oder innovatorischen Ziele von sponsored spin-offs erreichen. Liegt Scheinselbständigkeit vor und müssen nachträglich Beiträge zur Sozialversicherung entrichtet werden, wäre noch nicht einmal das Kostenreduktionsziel erreicht. Die neuen Regelungen zur Eindämmung der Scheinselbständigkeit sind jedoch gewiß nicht dazu angetan, die Unterstützungsbereitschaft der Arbeitgeber zu fördern.

Mit dem erwähnten „Frame“ ist bereits die Transaktionsatmosphäre für sponsored spin-offs angesprochen. Die in Japan vorfindliche kulturelle Prägung ist für Deutschland nicht einfach kopierbar. Als Anregung für die Gestaltung einer Transaktions-

30 Vgl. BUNDESARBEITGEBERVERBAND CHEMIE, Transfer-Sozialplan. Neues Denken und neue Wege zur gemeinsamen Gestaltung des Strukturwandels in der chemischen Industrie, (Wiesbaden 1998).

31 Vgl. P. HUBER, Existenzgründung – Chancen und Risiken aus gewerkschaftlicher Sicht. Vortrag : Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT Stuttgart), (Stuttgart 1998).

32 Vgl. S. FRICK et al. , Möglichkeiten zur Verbesserung des wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Umfeldes für Existenzgründer und kleine und mittlere Unternehmen, Untersuchungen des Rheinisch – Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, (Essen 1997) 184-190. Zwischen 0,6 % und 1,3 % der Erwerbstätigen lassen sich nach einer Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der sogenannten „Scheinselbständigkeit“ zurechnen. Vgl. H. DIETRICH, Empirische Befunde zur „Scheinselbständigkeit“. Zentrale Ergebnisse des IAB-Projekts „Freie Mitarbeiter und selbständige Einzelunternehmer mit persönlicher und wirtschaftlicher Abhängigkeit“, IAB-Werkstattbericht, Nr. 7/1996, (Nürnberg 1996).

atmosphäre, die sponsored spin-offs unterstützt, läßt sich aber festhalten, daß öffentliche Kommunikation die „guten Gründe für sponsored spin-offs“ sowohl für Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer transparenter machen sollte. Dazu bedarf es Gelegenheiten des Berichtens und des öffentlichen Sprechens, die die Wirtschaftspolitik „stiften“ und anregen sollte. Die Orientierung an „Best Practise“-Fällen aus Japan und Deutschland könnte dabei hilfreich sein. Das Fernziel wäre eine Transaktionsatmosphäre, die die Gründungsunterstützung durch Arbeitgeber zu einer Frage von Status und Reputation macht und in der die unternehmensstrategischen Gründe für sponsored spin-offs Allgemeinut sind. Die Beratungs- und Informationsinfrastruktur muß diese Form des Übergangs von der abhängigen Beschäftigung in die Selbständigkeit deutlich stärker als bisher in den Blick nehmen.

Für die Mittelstandspolitik selbst beinhaltet eine Förderung von sponsored spin-offs durch öffentliche Kommunikation und veränderte Beratung eine große Chance: Es spricht vieles dafür, daß die Gründungsförderung durch Arbeitgeber bzw. Inkubatoren erfolgversprechender ist als eine weitere Differenzierung der Programmlandschaft bzw. eine Erhöhung der Programmvolumina. Daß Privatpersonen – meist frühere Manager – Gründer mit Rat, Tat und Geld sinn- und wirkungsvoll unterstützen können, hat die deutsche Mittelstandspolitik mit der Initiative „Business Angels Netzwerk Deutschland“ (BAND) erkannt und vor kurzem umgesetzt³³. Auch die NRW-Initiative „UHU – Unternehmer helfen jungen Unternehmern“ weist in diese Richtung. Eine bundesweite, systematische und gezielte wirtschaftspolitische Kampagne zur Unterstützung von Gründungen durch Arbeitgeber steht jedoch noch aus. Der Blick nach Japan könnte hier wichtige Impulse liefern und aufzeigen, daß Arbeitgeber – jenseits der Debatte um Scheinselbständigkeit – gute Gründe haben können, gründungswillige Arbeitnehmer beim „Sprung in die Selbständigkeit“ zu unterstützen.

3. *Neue Formen der Selbständigkeit: chûkô nenrei und Frauen als neue Gründertypen?*

Der Begriff der „neuen Selbständigen“ wird in vielfältiger Weise verwendet. Im allgemeinen ist damit (a) selbständige Erwerbstätigkeit gemeint, insbesondere deren quantitative Zunahme, sowie (b) die Zunahme von Erwerbstätigkeitsformen in der Grauzone zwischen selbständiger und abhängiger Erwerbstätigkeit (bis hin zur sogenannten Scheinselbständigkeit³⁴). Unter den Begriff der „neuen Selbständigkeit“ fallen ebenfalls neue Entwicklungen bzw. Erscheinungsformen der selbständigen Erwerbstätigkeit, vor

33 Die Internetadresse lautet: www.business-angels.de.

34 Der Begriff der „Scheinselbständigkeit“ wird hier in einer sehr weichen Definition verwendet, nämlich als Unternehmensgründung mit Nähe zu einer arbeitnehmerähnlichen Beschäftigung, die sich durch zwei Charakteristika auszeichnet, nämlich zum einen eine geringe/ fehlende Marktorientierung (fehlende Diversität der Auftraggeber), zum anderen eine Beschäftigungsstruktur, die v.a. auf den Selbständigen selber und ggf. mithelfende Familienmitglieder rekurriert. Vgl. auch UHLY 1998 (Fn. 2).

allein in Folge der technologischen Entwicklung im Bereich Kommunikations- und Informationstechnologien (z.B. Telearbeit). Die folgenden Ausführungen widmen sich zwei besonders diskutierten Aspekten der neuen Selbständigkeit, nämlich der Unternehmensgründung durch ältere Arbeitnehmer und der Telearbeit, unter folgender Fragestellung: Wie gestaltet sich die Situation für Japan? Gibt es Scheinselbständigkeit in Japan? Wenn ja: In welchem Ausmaß? Wird auch in Japan eine Erosion von Arbeitsverhältnissen befürchtet?

Eine Aussage zur „neuen Selbständigkeit“ und deren eventueller Nähe zur Scheinselbständigkeit gestaltet sich zunächst aus dem einfachen Grunde schwer, da empirische Befunde und Statistiken kaum vorliegen. Einige der nachfolgend genannten Daten beruhen daher auf Schätzungen privater Forschungsorganisationen. Ein weiterer Hinweis auf einen Trend hin zu einer etwaigen Scheinselbständigkeit bieten zudem sozioökonomische Panels³⁵, wobei sich die nachfolgenden Ausführungen auf die Altersstruktur sowie auf die Motivation (als Hinweis auf vorherige oder drohende Arbeitslosigkeit) der Selbständigen beschränken werden.

Tatsächlich haben sich die Gründerprofile in Japan in den letzten Jahren verändert: Während im Zeitraum zwischen 1955-1964 die Gründer v.a. zu der Altersgruppe unter 40 Jahren zugehörten, hat sich mit der Zeit das Gewicht zunehmend zugunsten der über 40jährigen verschoben: So waren alleine nur 1,8% der Gründer im erstgenannten Zeitraum über 60 Jahre alt; der Anteil hat sich im Zeitraum nach 1996 auf 17,1% erhöht³⁶. Gründer werden damit älter; insbesondere der Anteil älterer Gründer, der *chûkô nenrei*, hat deutlich an Bedeutung im Gründungsgeschehen gewonnen³⁷. Das veränderte sozioökonomische Panel wirkt sich auf das Motivationsmoment „Sicherung des Einkommens“ aus, das unter den Gründungsmotiven seit dem Platzen der *bubble* an Bedeutung gewinnt³⁸.

35 Vgl. zur Methodik: UHLY 1998 (Fn. 2).

36 Im einzelnen: 1955-64: Alter der Gründer: unter 29 Jahren: 26,6%; in den 30er Jahren: 42,8%; in den 40er Jahren: 19,4%; in den 50er Jahren: 10,2%; über 60 Jahre: 1,8%. Die entsprechenden Anteile für den Zeitraum nach 1996 lauten: 4,1%; 19,7%; 25,4%; 33,7%; 17,1%; JSBRI 1999 (Fn. 3) 118; zu detaillierten Daten in Fünfjahresschritten vgl. CKK 1997(Fn. 7) 318.

37 Die exakte Altersgrenze wird bedauerlicherweise von den Autoren nicht definiert; im allgemeinen scheinen Personen über 45 resp. 49 Jahren hierzu zu zählen (vgl. S. YAHATA, *Koyôsha kara no dokuritsu kaigyô* [Unternehmensgründungen von abhängig Beschäftigten], in: *Kinrôsha Fukushi* 10: 48, 1998: Personen über 45 Jahre; A. YAMADA, *Chûkô reiki ni okeru dokuritsu kaigyô no jittai* [Unternehmensgründungen von Personen im mittleren Alter], in: *Kinrôsha Fukushi* 10:48, 1998: Personen über 49 Jahre).

38 KKK 1996 (Fn. 11) 41. Ein solches rein pekuniäres Motiv, verstärkt durch drohende Arbeitslosigkeit, wird in der Erfolgsfaktorenforschung als „negativer Push-Faktor“ bewertet (vgl. BOSSE 1998 (Fn. 4)), da diese Unternehmen als weniger vorbereitet auf die unternehmerische Aufgabe gelten. Ein empirischer Beleg findet sich darin, daß sich bei der Altersgruppe der älteren Gründer der Anteil der Unternehmen, die Verluste schreiben, größer ist als bei jüngeren Gründern (vgl. BOSSE (Fn.4)).

Fast alle Großunternehmen haben eine interne Altersbegrenzung (*teinen*; in der Regel 60 Jahre) eingeführt, was sich in der Gründungsmotivation dergestalt niederschlägt, daß aufgrund der fortschreitenden Einführung betrieblicher Altersgrenzen der Anteil derjenigen Gründer zunimmt, die über ihre Altergrenze hinaus arbeiten wollen. Der Anteil der Gründer, die angeben, daß es bei einer Gründung kein *teinen* gäbe – mit anderen Worten man nicht zum Aufhören gezwungen sei – nimmt zu, je älter die Gründer werden. Gründer unter 40 Jahren erwähnen dieses Argument überhaupt nicht, während im Ranking der Motivationsfaktoren dieser Grund von der Altersgruppe der 45-bis 59-jährigen auf Platz drei, und der über 60-jährigen bereits auf Platz zwei steht³⁹. Die Vermutung, daß unsichere Beschäftigungsverhältnisse eine zunehmende Rolle bei einer Gründung spielen, wird dadurch erhärtet, daß jeder dritte Gründer angibt, daß „die Aussichten bei dem bisherigen Arbeitgeber düster“ seien; ein deutlich höherer Wert als in den letzten Jahren⁴⁰.

Zur sozialen Abfederung der Umstrukturierungsmaßnahmen von Großunternehmen bieten einige Unternehmen⁴¹ Programme zur freiwilligen Frühpensionierung sowie Unterstützungsleistungen⁴² an; nicht wenige der sogenannten „Gründer mittleren Alters“ (*chûkô nenrei*) gründen ihr Unternehmen daher als Tochtergesellschaft oder assoziiertes Unternehmen – ein Faktor, der nicht gerade zu risikofreudigen Gründungen beiträgt, wie Forschungen zu in-house-ventures gezeigt haben⁴³. Die spezifische Motivation der Gründer schlägt sich damit in einer geringen Marktorientierung nieder.

Sogenannte „Gründer im mittleren Alter“ können zwar auf einen größeren Kapitalstock als jüngere Gründer sowie auf Kontakte und Abfindungen zurückgreifen, was angesichts der Netzwerkstrukturen in der japanischen Industrieorganisation und des hohen Kapitalbedarfs bei einer Gründung als Erfolgsfaktor gelten könnte. Ihr Beitrag zum Strukturwandel muß allerdings als gering eingeschätzt werden, da diese Unternehmen vor allem in traditionellen Sparten tätig sind und die Erschließung neuer Geschäftsfelder ein nachrangiges Ziel darstellt. Zudem erfolgt die Unternehmensgrün-

39 Angemerkt sei, daß dies auch als eine intensivierete Fortsetzung eines früheren Trends gesehen werden kann, da eine Geschäftseröffnung nach Ausstieg der bisherigen Firma traditionell auch als soziale Absicherung diene.

40 Die Werte sind ungefähr zu verstehen, da sie im einzelnen nicht in der Graphik ausgewiesen sind. Die SMEA vergleicht Gründungen vor 1993 (12%) und Gründungen nach 1994 (30%; CKC 1997(Fn. 7): 333).

41 Zwischen 13-17% der Unternehmen geben an, daß sie ihr Personal entsenden (*shukkô*) bzw. versetzen (*haichi tenkan*; KKK 1996 (Fn. 11) 45).

42 Danach befragt, welche Unterstützungen Gründer mittleren Alters seitens ihrer ehemaligen Arbeitgeber als besonders hilfreich sahen, wurde geantwortet: Kredite, Auftragsvergabe, Vorstellungen von Kunden (über 20%) sowie das Zurverfügungstellen von Immobilien oder Büroräumen (YAMADA (Fn. 36) 14).

43 Vgl. YAHATA (Fn. 36) 4ff. STORZ/FRICK 1999b, (Fn. 25) 310ff. Dies mag auch damit zusammenhängen, daß ältere Gründer eher als jüngere ihr Unternehmen als Tochtergesellschaft oder assoziiertes Unternehmen gründen (47,1% der Unternehmer über 45 Jahren; YAHATA (Fn. 36) 7).

derung nur für das eigene restliche Arbeitsleben; die Ziele der Gründer sind daher in der Regel nicht Wachstum und Langfristigkeit⁴⁴. Der Beitrag zur Beschäftigungswirkung ist damit gering; viele diese Unternehmen scheinen daher eine gewisse Nähe zu Scheinselbständigen – bei aller Vorsicht, mit der dieser Begriff zu gebrauchen ist – aufzuweisen.

Eine weitere typische Form der sogenannten „neuen Selbständigkeit“ ist Telearbeit (*terewâku*), die als Arbeit mittels Einsatz von Telekommunikation definiert wird, wobei die Arbeit „außerhalb des auftraggebenden Unternehmens, oft zu Hause..., mittels Einsatz von Telekommunikationseinrichtungen ausgeführt wird“⁴⁵. In Japan wird diese Form der Selbständigkeit in der Öffentlichkeit, in den Medien, geradezu euphorisch als Ausdruck eines neuen Verständnisses von Unternehmertum, als – neben den *venture businesses* – erstmaliger Versuch eines „individualistischen“, „amerikanischen“ Unternehmertypus gefeiert – *realiter* verbergen sich hinter dem Begriff der Telearbeit äußerst heterogene Arbeitsverhältnisse, so reguläre Angestellte, Freiberufler, Teilzeitkräfte u.a.m, wobei die meisten Telearbeiter als Freiberufler zu Hause arbeiten. Zahlreiche Gründungen werden offenbar – ähnlich wie Gründungen durch ältere Arbeitnehmer – durch die Restrukturierung von Großunternehmen motiviert. Da die Klassifikation in Telearbeitsplätze in den offiziellen Statistiken des Arbeitsministeriums nicht existent ist, also mit den bisherigen Standards von Arbeitsmarkterhebungen nicht gesondert erfaßt werden, muß auf Schätzungen privater Forschungsinstitute zurückgegriffen werden, die von gegenwärtig ca. 800.000 Telearbeitern ausgehen, bei einer Verdreifachung bis 2001⁴⁶.

Hinsichtlich des Gründerprofils ist auffällig, daß sich überwiegend Frauen als Telearbeiterinnen selbständig machen. In Anbetracht der irregulären Arbeitszeiten, des unsicheren Beschäftigungsstatus, des geringen Einkommens⁴⁷ und des damit einhergehenden Charakters einer „Zuarbeit“ weiblicher Beschäftigung sowie der fehlenden Karrieremöglichkeiten kann Telearbeit auch als Fortsetzung des marginalisierten Beschäftigungsverhältnisses von Frauen (ähnlich wie bei der Teilzeitarbeit) verstanden werden: „[Frauen] kennen die ausgrenzenden Effekte des japanischen Beschäftigungsmodells und sind daher auch eher bereit, die negativen Kontextfaktoren der Telearbeit in Kauf

44 YAMADA (Fn. 36) 6; BOSSE (Fn. 4). Im übrigen sind die Aussichten auf ein gestiegenes Einkommen in dieser Altersklasse offensichtlich am geringsten (YAHATA (Fn. 36) 9).

45 *Kokudo-chô*; zit. nach W. MANZENREITER, *Teleworking in Japan: Apokalyptische und idealistische Visionen einer Arbeitsgesellschaft*, Proceedings Japanologentag Trier 1999, (Trier forthcoming) 3.

46 MANZENREITER (Fn. 44) 8-9. Vgl. zu Europa: M. SETZER, *Informationsgesellschaft: Konsequenzen für die Arbeitswelt und die Systeme der sozialen Sicherung*, in: Hanns Martin Schleyer-Stiftung (Fn. 2) 191-196.

47 Das Einkommen liegt bei 3 bis 5 Mio. Yen/Jahr (Büro zu Hause; also der Regelfall) bzw. 10 Mio. Yen/Jahr (Büro außer Haus). Vgl. T. KAZUMI, *Small Offices/Home Offices (SOHO) in Japan*, in: PASCHA/STORZ (Fn. 8).

zu nehmen“⁴⁸. Insofern weist auch dieser Typus Merkmale auf, die ihn zumindest in die Nähe von Scheinselbständigkeit rücken.

III. FAZIT

Die Gruppe der Selbständigen ist äußerst heterogen und kann in die drei Kategorien (a) Entrepreneurs; (b) Selbständige, die ihren eigenen Arbeitsplatz schaffen, aber keine weitere Expansion erzielen; (c) Selbständige, die sich in starker Abhängigkeit von einem Auftraggeber (als Extremform: Scheinselbständige) befinden, klassifiziert werden. Es kann festgehalten werden, daß Selbständige, insbesondere neue Selbständige, nicht pauschal gleichzusetzen sind mit dem sogenannten Entrepreneur. Ihre Existenzgründung verfolgt weniger das Ziel Wachstum, sondern ist eher als eine spezifische Form der Erwerbstätigkeit, oftmals als Überbrückung oder als „Gelegenheitsjob“ zu verstehen. Damit erscheint auch das Potential einer längerfristigen Schaffung von Arbeitsplätzen als sehr begrenzt.

Im japanischen Kontext ist die „Grauzone“ zwischen „selbständiger“ und „abhängiger“ Erwerbsarbeit, wie sie uns sowohl bei traditionellen (Stichwort: *norenwake*) als auch bei neuen Formen der Selbständigkeit (Stichworte: *chūkō nenrei*; *terewāku*) begegnet, nicht neu: Telearbeit als eine Form der „neuen Selbständigkeit“ kann z.B. als Fortsetzung herkömmlicher Zuliefererbeziehungen in der tertiären Industrie interpretiert werden⁴⁹. Insofern handelt es sich bei der Zunahme neuer Erwerbsformen nicht um einen Paradigmenwechsel und auch nur begrenzt um eine Reaktion auf einen Wertewandel⁵⁰. Im Gegenteil: In der neuen Selbständigkeit setzen sich die für Japan bekannten spezifischen Transaktionsbeziehungen fort. Formen der „neuen Selbständigkeit“ und der Telearbeit werden in Japan wohl auch aus diesem Grund kaum kritisch bewertet – im Unterschied zu Deutschland, wo der drohende Verfall der Arbeitnehmerschutzrechte stark akzentuiert wird. Im Gegenteil: in Japan überwiegen positive Wertungen⁵¹. Die Organisation der Telearbeitnehmer SOHO-Club (Small Home Office Club) wird beispielsweise von Wissenschaftlern und Praktikern als „lebendiges“, ein zum herkömmlichen Arbeitsverhältnis reizvolles Netzwerk unabhängiger Individualisten dargestellt;

48 MANZENREITER (Fn. 44).

49 Zulieferung meint hier, daß das auftraggebende Unternehmen größer ist als das auftragnehmende, Leistungen nach der Spezifikation des Auftraggebers erfolgen und das Lieferverhältnis langfristig gestaltet ist.

50 Vgl. CKC 1997 (Fn. 7) 280-287, 337; H. MEYER-OHLE, Struktur und Organisation des Distributions- und Dienstleistungssektors, in : Deutsches Institut für Japanstudien (Hrsg.), Die Wirtschaft Japans (Berlin, Heidelberg u.a. 1998) 183-210. Diese Beschreibung entspricht Ergebnissen empirischer Studien im Sektor Unternehmensdienstleistungen, dem zur Zeit am schnellsten wachsenden Bereich der japanischen Volkswirtschaft (Softwareentwicklung, technisches und kommerzielles Design u.ä.).

51 KAZUMI (Fn. 46).

Teleworking-Netzwerke wie SOHO als „a new style of ‚entrepreneurial culture‘ of the Internet era“⁵². Fragen wie mangelnde soziale Absicherung, soziale Isolation oder aber fehlende Karrierechancen werden nicht thematisiert⁵³.

Die Veränderungen, die gegenwärtig in den Arbeits- und Lebenswelten stattfinden, belegen, daß fließende Unternehmensgrenzen, wie sie aus dem Bereich der produzierenden Industrie bekannt sind, an Bedeutung gewinnen: Unternehmensgrenzen werden auch in neuen Sektoren zunehmend „fuzzy“. Die Differenzierung in Erwerbsformen, die für Japan seit jeher problematisch war – erinnert sei an die Entsendung von Arbeitskräften – scheint damit zunehmend überholt. Insofern kann nur betont werden, daß die „neue Selbständigkeit“ keinen Paradigmenwechsel bedeutet – wie möglicherweise in Deutschland –, sondern eine Fortsetzung der „fuzzy“-Selbständigkeit unter nur leicht veränderten Vorzeichen.

LITERATURVERZEICHNIS

- BOSSE, Friederike: Neue Unternehmer braucht das Land, in: Manfred Pohl (Hrsg.), Japan 97/98, Hamburg: Institut für Asienkunde, Hamburg 1998, S. 211-240.
- BUNDESARBEITGEBERVERBAND CHEMIE (BAVC) : Transfer-Sozialplan. Neues Denken und neue Wege zur gemeinsamen Gestaltung des Strukturwandels in der chemischen Industrie, Wiesbaden 1998.
- CKC (*Chûshô kigyô-chô*) 1997: *Chûshô kigyô hakusho* [KMU-Weißbuch] , Tokyo.
- CKC 1997: *Chûshô kigyô hakusho* [KMU-Weißbuch] , Heisei 9nenban, Tokyo.
- CKC 1998: *Chûshô kigyô hakusho* [KMU-Weißbuch] , Heisei 10nenban, Tokyo.
- CKC 1999 : *Chûshô kigyô hakusho* [KMU-Weißbuch] , Heisei 11nenban, Tokyo.
- DIETRICH, Horst : Empirische Befunde zur „Scheinselbständigkeit“. Zentrale Ergebnisse des IAB-Projektes „Freie Mitarbeiter und selbständige Einzelunternehmer mit persönlicher und wirtschaftlicher Abhängigkeit“ (IAB-Werkstattbericht, Nr. 7/ 1996), Nürnberg 1996.
- FRICK, Siegfried, LAGEMAN, Bernhard, VON ROSENBLADT, Bernhard, VOELZKOW, Helmut, WELTER, Friederike: Möglichkeiten zur Verbesserung des wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Umfeldes für Existenzgründer und kleine und mittlere Unternehmen – Wege zu einer neuen Kultur der Selbständigkeit. Essen (Untersuchungen des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung, Heft 25), Essen 1997.
- „HANDELSBLATT“ 14.6.1999: Sofortprogramm für arbeitslose Japaner, 14.06.1999, S.11.

52 KAZUMI (Fn. 46).

53 CKC 1999 (Fn. 11) ; KAZUMI (Fn. 46).

- HUBER, Peter : Existenzgründung – Chancen und Risiken aus gewerkschaftlicher Sicht. Vortrag Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT, Stuttgart), Manuskript, Stuttgart 1998.
- HUNSDIEK, Detlef : Unternehmensgründung als Folgeinnovation. Struktur, Hemmnisse und Erfolgsbedingungen der Gründung industrieller innovativer Unternehmen, Schriften zur Mittelstandsforschung, Nr. 16 NF, Stuttgart 1987.
- JAPAN INSTITUTE OF LABOUR 1996 (*Nihon rôdô kenkyû kikô*): *Chûshô kigyô shûseki (seizôgyô) no jittai ni kansuru chôsa* (Empirische Untersuchung zu mittelständischen Unternehmensagglomerationen in der verarbeitenden Industrie), Tokyo 1996 (No. 82).
- JAPAN INSTITUTE OF LABOUR 1997 (*Nihon rôdô kenkyû kikô*): *sâbisu-gyô no keiei kakushin to jûgyô-in fukushi* (Die Dienstleistungsbranche: Unternehmensreformen und soziale Wohlfahrt), Tokyo 1997 (No. 92).
- JSBRI (Japan Small Business Research Institute) 1999 : White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan – Into an Age of Business Innovation and New Start-Ups, Tokyo 1999.
- KAZUMI, Tomoyo: Small Offices / Home Offices (SOHO), in: Pascha, Werner & Storz, Cornelia (Hrsg.), Klein- und Mittelunternehmen in Japan, Nomos-Verlag Baden-Baden [forthcoming].
- KKK (*Kokumin kinyû kôko*) 1996: *Shinki kaigyô hakusho*. Heisei 8nenpan [Gründungsweißbuch] , Tokyo 1996.
- KKK (*Kokumin kinyû kôko*) 1997: *Shinki kaigyô hakusho*. Heisei 9nenpan [Gründungsweißbuch] , Tokyo 1997.
- KKK (*Kokumin kinyû kôko*) 1998: *Shinki kaigyô hakusho*. Heisei 10nenpan [Gründungsweißbuch] , Tokyo 1998.
- KULICKE, Marianne : Technologieorientierte Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland. Eine empirische Untersuchung der Strukturbildungs- und Wachstumsphase von Neugründungen, Europäische Hochschulschriften, Reihe V, Volks- und Betriebswirtschaft, Bd. 776, Frankfurt 1987.
- LAUMER, Helmut, Mittelstandspolitik in Japan, in: Pascha, Werner & Storz, Cornelia (Hrsg.), Klein- und Mittelunternehmen in Japan, Nomos-Verlag Baden-Baden [forthcoming].
- MANZENREITER, Wolfram: Telework in Japan: Apokalyptische und idealistische Visionen einer Arbeitsgesellschaft, Proceedings Japanologentag Trier 1999, Trier [forthcoming].
- MEYER-OHLE, Hendrik : Struktur und Organisation des Distributions- und Dienstleistungssektors, in: Deutsches Institut für Japanstudien (Hrsg.), Die Wirtschaft Japans, Springer Verlag: Berlin, Heidelberg u.a. 1998, S. 183-210.

- NIKKEI Tekuno Furontia 1999: *Sekkyoku hyôka-ha to hitei-ha ni nibun. SOHO shiranai wa ichiwari kyô ni todomaru* (Splittung in Personen, die vom Wachstum der SOHO ausgehen und nicht ausgehen; Nur 10% kennen SOHO nicht), 10.5.1999.
- PASCHA, Werner & BROMANN Silke: Die volkswirtschaftliche Bedeutung von KMU in Japan, in: Pascha, Werner & Cornelia Storz (Hrsg.), Klein- und Mittelunternehmen in Japan, Nomos-Verlag Baden-Baden [forthcoming].
- PIORE, Michael J. und SABEL, Charles F.: Das Ende der Massenproduktion, Berlin: Wagenbach 1985.
- SCHEIDT, Beate : Die Einbindung junger Technologieunternehmen in Unternehmens- und Politiknetzwerke, Volkswirtschaftliche Schriften, Heft 447, Berlin 1995.
- SCHMIDT, Elke: Klein- und Mittelunternehmen in der ökonomischen Theorie, in: Pascha, Werner & Storz, Cornelia (Hrsg.), Klein- und Mittelunternehmen in Japan, Nomos-Verlag Baden-Baden [forthcoming].
- SCHULZ, Eckehard : Beschäftigungsimpulse durch Mittelstandsförderung, in: Hanns Martin Schleyer-Stiftung (Hrsg.), Der Aufbruch ist möglich, Innsbruck 1998, S. 191-196.
- SETZER, Martin 1998: Informationsgesellschaft: Konsequenzen für die Arbeitswelt und die Systeme der sozialen Sicherung, in: Hanns Martin Schleyer-Stiftung (Hrsg.), Der Aufbruch ist möglich Innsbruck, 1998, S. 121-129.
- STORZ, Cornelia (1997): Der mittelständische Unternehmer in Japan, Nomos-Verlag, Baden-Baden 1997.
- STORZ, Cornelia & FRICK, Siegfried 1999a: „Norenwake“ als Vorbild? Existenzgründungsunterstützung durch japanische Arbeitgeber – Institutionenökonomische Perspektiven und Anregungen für die Mittelstandspolitik in Deutschland (Wittener Diskussionspapiere, Fakultät für Wirtschaftswissenschaft, Lehrstuhl für Volkswirtschaft und Philosophie, Juni 1999, Heft Nr. 36), Witten Herdecke 1999.
- STORZ, Cornelia & FRICK, Siegfried 1999b: *Sponsored Spin-offs* in Japan – Anregungen für die deutsche Mittelstandspolitik?, in: List-Forum, 25:3, S. 310-327.
- SZYPERSKI, Norbert & KLANDT, Heinz: Venture – Management-Aktivitäten mittelständischer Industrie-Unternehmungen, Universität Köln , Seminar für allg. BWL und betriebswirtschaftliche Planung, Köln 1983, S.165-230.
- UHLY, Alexandra: „Neue“ Selbständigkeit, in: Hanns Martin Schleyer-Stiftung (Hrsg.), Der Aufbruch ist möglich, Innsbruck 1998, 130-142.
- YAHATA, Shigeo : *Koyô-sha kara no dokuritsu kaigyô* [Unternehmensgründungen von abhängig Beschäftigten] , in: *Kinrôsha Fukushi* 10: 48 (Autumn; hg. von *Zenkoku kinrôsha fukushi shinkô kyôkai*), 1998, S. 4-9.
- YAMADA, Atsuhiko: *Chûkô reiki ni okeru dokuritsu kaigyô no jittai* [Unternehmensgründungen von Personen im mittleren Alter], in: *Kinrôsha Fukushi* 10: 48 (Autumn; hg. von *Zenkoku kinrôsha fukushi shinkô kyôkai*), 1998, S. 10-15.