

Selbstständigkeit – die wichtige Säule der Münchner Wirtschaft Self-employment – major stronghold of Munich's economy



Prof. Dr. Fritz Wickenhäuser

Der Autor, 1944 in Freistadt bei Linz geboren, studierte in München Betriebswirtschaftslehre mit Abschluss als Diplom-Kaufmann (1969), 1970 Promotion. 1988 wurde Wickenhäuser Lehrbeauftragter der FH München, 1992 Gastprofessor an der TU Freiberg. 1998 Wahl zum Präsidenten des Bundes der Selbständigen, Deutscher Gewerbeverband, Landesverband Bayern e. V. The author, born 1944 in Freistadt near Linz, studied business administration at Munich's Ludwig-Maximilians University graduating as certified businessman (1969) and with PhD. in 1970. 1988, Mr. Wickenhäuser gave lectures at the Munich University of Applied Sciences; 1992, visiting professor at Technical University Freiberg. 1998 he was elected President of Bund der Selbständigen (Association of Self-Employed), Deutscher Gewerbeverband, Landesverband Bayern e. V.

Einführung

Nach wie vor ist München einer der Top-Wirtschaftsstandorte Europas, unter den deutschen Großstädten belegt man nach einer Studie der „Wirtschaftswoche“ sogar den Spitzenplatz in puncto Wirtschaftskraft und Lebensqualität. Doch was verbirgt sich letztlich hinter dem abstrakten Begriff Wirtschaft? Sicherlich kann man gewisse statistische Kennzahlen zur Messung der Wirtschaftsleistung heranziehen, doch wird dies der Komplexität der Materie nicht gerecht. Die verkürzte Betrachtung unter rein ökonomischen Aspekten ist nicht mehr zeitgemäß und zukunftsweisend. Schließlich sind für die Wirtschaftsleistung einer Stadt bzw. einer Region keine mathematischen Formeln und Algorithmen verantwortlich, sondern die Unternehmen, und damit letztlich auch die Personen, die hinter den Unternehmen stehen, d. h. die Selbstständigen.

Verschafft man sich einen Überblick über die in München angesiedelten Großunternehmen und Konzerne, so wird man eine beeindruckende Liste vorfinden. So ist München die Heimat von insgesamt sieben DAX-Unternehmen: Die Allianz, die Bayerische HypoVereinsbank, BMW, Infineon Technologies, MAN, Münchener Rück und Siemens sind in München ansässig, um sie beim Namen zu nennen. Es liegt in der Natur der Sache, dass

diese Unternehmen in den Medien omnipräsent sind. Doch sind es wirklich nur die multinational und global operierenden Unternehmen, die der Wirtschaft einer Stadt ihr Gesicht verleihen? Diese Frage ist mit einem klaren „Nein“ zu beantworten. Natürlich prägen diese Unternehmen zu einem nicht unwesentlichen Teil die Außenwahrnehmung eines Wirtschaftsstandortes bzw. einer gesamten Wirtschaftsregion.

Aber was wäre München, gäbe es nur eine Hand voll Großunternehmen? Was wäre München ohne seine Handwerker, Einzelhändler und Dienstleister, die uns mit der Vielfalt ihrer Leistungen ein großes Stück Lebensqualität bieten? Was wäre München ohne seine Kleinbetriebe, in denen persönliche Beziehungen und Kontakte sowie ein guter Service mehr zählen als der reine Cash-Flow? Was wären die Münchner Großunternehmen ohne ihre kleinen und mittelständischen Zulieferer, Dienstleister und Kooperationspartner? Ohne die Selbstständigen wäre München sicherlich weder der zweitgrößte Beschäftigungsstandort Deutschlands noch Deutschlands führender Hightech- und Medienstandort. Eine weit über dem Bundesdurchschnitt liegende Selbstständigenquote von 14 Prozent zeigt die Vielfalt und Bedeutung der Selbstständigkeit für die Münchner Wirtschaft mehr als deutlich auf.



1 München ist einer der Top Wirtschaftsstandorte Europas. Nach einer Studie der „Wirtschaftswoche“ belegt die Stadt den Spitzenplatz in puncto Wirtschaftskraft und Lebensqualität unter deutschen Großstädten. Munich is one of Europe's top business locations. Following a survey of the magazine „Wirtschaftswoche“ the city occupies a top ranking in terms of economic power and quality of life among greater German cities.

Introduction

Munich is still one of Europe's top business locations, according to a survey conducted by the magazine „Wirtschaftswoche“; it is even attested first ranking in terms of economic power and living standard among major German cities. But what does really lie behind the abstract term of economy? Surely, one can bring into play certain statistical figures to measure economic performance, but this will not do justice to the complexity of the matter. An abridged consideration under merely economical aspects is no longer up-to-date and future-oriented. Ultimately, for the economic performance of a city or of a region mathematical formula and algorithms are not responsible, but the companies and therefore finally also the people behind the companies, i.e. the self-employed.

If one wants to obtain an overview about the large corporations and groups settled in Munich, one will find an impressive list of renowned names. In fact Munich is the home of a total of 7 DAX-listed companies: Allianz, Bayerische Hypo-Vereinsbank, BMW, Infineon Technologies, MAN, Münchener Rück and Siemens are resident in Munich, to mention their names. It goes without saying that these companies are omnipresent in the media. However, are really only the multinational and globally operating compa-

nies shaping the image of the economy of a city? This question must be answered with a clear „no“. Of course, these companies do characterise in a not inconsiderable way the external perception of a business location or of a complete economic region respectively.

But what would Munich be like, if there were only a hand full of large corporations? What would Munich be without its craftsmen, retailers and service providers, which offer us a large portion of first-class living standard with their diversity of services? What would Munich be without its small businesses, where personal relationships and contacts as well as excellent service count more than pure cash-flow? What would Munich's large corporations be without their small and medium-sized suppliers, service providers and cooperation partners? Without the self-employed people, Munich would surely not be Germany's second-largest employment location, nor Germany's leading high-tech and media location. The far above average rate of self-employed people of 14 per cent demonstrates the diversity and importance self-employment has for Munich's economy more than clearly.

Basis of self-employment

As identifying feature for small and medium-sized enterprises one should

Grundlagen der Selbstständigkeit

Als kennzeichnendes Merkmal für die kleinen und mittleren Unternehmen sollte man nicht den viel strapazierten Mittelstands-begriff verwenden (die EU definiert alle Unternehmen, die den folgenden Kriterien entsprechen, als Mittelstand: weniger als 250 Beschäftigte, Jahresumsatz kleiner als 50 Mio. Euro und Bilanzsumme kleiner als 43 Mio. Euro), sondern den der Selbstständigkeit, da hier eine prägnante Abgrenzung möglich ist. Laut Sozialgesetzbuch ist selbstständig, wer seine Tätigkeit im Wesentlichen frei gestalten sowie Arbeitszeit und -ort frei wählen kann. Der Begriff der Selbstständigkeit definiert sich jedoch auch mehr oder weniger aus sich selbst heraus. Das Wort „selbstständig“ ist zusammengesetzt aus „selbst“ und „ständig“. Der Selbstständige ist selbst für sich verantwortlich, und das ständig. Selbstständigkeit ist nicht nur ein Beruf, Selbstständigkeit ist eine Lebenseinstellung.

Betrachtet man die Rolle der Selbstständigen für die Gesamtwirtschaft, wird man recht schnell erkennen, dass die Fokussierung der Medien (und oftmals leider auch der Politik) auf die Großkonzerne den Selbstständigen und ihren Leistungen nicht gerecht wird. Sind es doch die Selbstständigen, die 99 Prozent aller

Betriebe, rund 80 Prozent der Ausbildungsplätze und rund die Hälfte der Bruttowertschöpfung stellen. Die Münchner Mitglieder des Bundes der Selbständigen beschäftigen laut einer eigenen Umfrage im Durchschnitt 15 Mitarbeiter, eine Zahl, die die Bedeutung der Selbstständigkeit deutlich unterstreicht.

Verhalten der Selbstständigen

Selbstständigkeit ist mehr als nur ein Job, sie ist eine Form der Lebensgestaltung. Sie ist Lebensinhalt. Nicht zuletzt deshalb befinden sich viele Betriebe seit Generationen im Familienbesitz. Aus diesem Grunde ist es längst überfällig, auf die gesellschaftliche, soziale, politische und ökonomische Bedeutung der Selbstständigkeit hinzuweisen. Selbstständigkeit heißt Verantwortung freiwillig übernehmen, leistungsorientiert handeln, die Orientierung an den Werten unserer Kultur und Gesellschaft und sich im Wettbewerb behaupten. Darin definieren sich die Freiräume der eigenen Lebensgestaltung, die nirgends sonst so faszinierend sind.

Zu diesem Thema hat der Bund der Selbständigen/DGV im Frühjahr 2005 eine Panel-Umfrage unter seinen Mitgliedern durchgeführt, die das voll und ganz bestätigen konnte. So gaben zwei Drittel aller Befragten an, mehr als 50 Stun-

den pro Woche zu arbeiten, 30 Prozent bringen es sogar auf mehr als 60 Wochenstunden, über 80 Prozent arbeiten regelmäßig an Wochenenden. Fast ein Drittel der Selbstständigen begnügt sich mit weniger als 10 Tagen Urlaub pro Jahr. Im Vergleich zu den westdeutschen Arbeitnehmern mit Tarifvertrag schneiden die Selbstständigen eher schlecht ab. Die Arbeitnehmer arbeiten nur zu drei Prozent mehr als 40 Stunden (Wochendurchschnitt: 37,35 Stunden) und haben zu 77 Prozent mindestens sechs Wochen Urlaub. Trotzdem haben fast 60 Prozent der Selbstständigen selten oder noch nie ihre Selbstständigkeit bereut. Die Umfrageergebnisse zeigen auch, dass sich das Freizeitverhalten der Selbstständigen deutlich von dem aller Bundesbürger unterscheidet. Entspannung in der Familie und mit Freunden steht für die Selbstständigen mit 97 Prozent an erster Stelle (Bundesbürger: Freunde treffen sechs Prozent), Zeitungen und Zeitschriften lesen folgt mit 74 Prozent auf Platz 2 (Bundesbürger: 38 Prozent), Fernsehen und Computer nutzen fast 69 Prozent (Bundesbürger: Fernsehen 74 Prozent, Computer 14 Prozent), aktiv Sport treiben annähernd 67 Prozent (Bundesbürger: sechs Prozent). Das persönliche Gespräch, Informationen und die eigene Gesundheit spielen für die Selbstständigen eine enorm wichtige Rolle. Dieses Freizeit-



2 Die bayerische Landeshauptstadt ist heute der zweitgrößte Beschäftigungsstandort Deutschlands und führender Hightech- und Medienstandort.

Today, the Bavarian state capital is the second-largest employment location in Germany and leading high-tech and media location.

not use the worn-out term of medium-size business sector (the EU defines all companies that correspond to the following criteria as medium-sized: less than 250 employees, annual turnover less than 50 million Euros and balance sum less than 43 million Euros), but that of self-employed person, since it allows a clearer differentiation. According to the German Social Welfare Code (Sozialgesetzbuch) that person is self-employed that can define its activities on the whole freely as well as choose its working place and hours freely. But the term of self-employed defines itself also more or less by itself. The word "self-employed" is made up of "self" and "employ". A self-employed person is responsible for him or herself, and in fact "constant employed". Self-employment is not only a profession; self-employment is an attitude and way of life.

If one takes a look at the role the self-employed sector plays for the overall economy, one will soon recognise that the media (and often also politics unfortunately) rather focus on large corporations and do not make justice to self-employed persons and their achievements. Indeed it is the self-employed that provide 99 per cent of all enterprises, around 80 per cent of training places and around half of the gross net product. According to a survey conducted among Munich's mem-

bers of the Association of Self-Employed Persons, on average they have 15 staff members, a figure that clearly highlights the importance of self-employment.

Behaviour of the self-employed

Self-employment is more than just a job; it is a form of planning one's life. It provides a purpose in life. Therefore ultimately many companies are owned by families for generations. For this reason it is long time to point towards the social, societal, political and economic significance of self-employment. Self-employment means to take on responsibility voluntarily, to act performance-oriented, adhering to the values of our culture and society and to maintaining one's hold on the competitive market. Thereby the free spaces of one's own way of life can be defined, which will not be as fascinating anywhere else.

The Association of Self-Employed Persons/DGV carried out a panel survey about this subject among its members in spring 2005, which confirmed this statement altogether. In fact, two thirds of all questioned people declared that they work more than 50 hours per week, 30 per cent even achieve more than 60 hours per week, and over 80 per cent regularly work on weekends.

Almost one third of self-employed persons are satisfied with less than 10 holidays per year. Compared with West-German employees working under a collective labour agreement, self-employed persons come off rather poorly. Only three per cent of employees work more than 40 hours (weekly average: 37.35 hours) and 77 per cent enjoy at least six weeks holidays. Nevertheless, almost 60 per cent of self-employed persons have rarely or never regretted their self-employment. The results of the survey also showed that leisure time behaviour of self-employed persons differed considerably from that of all other citizens in Germany. Relaxation with family and friends is of most priority for 97 per cent of all self-employed people (citizens: meeting friends six per cent), reading newspapers and magazines follows with 74 per cent on rank 2 (citizens: 38 per cent), almost 69 per cent watch TV and use the computer (citizens: TV 74 per cent, computer 14 per cent), 67 per cent are active in sports (citizens: six per cent). Personal discussions, information and one's own health are of tremendous importance to self-employed persons. This leisure time behaviour mirrors self-employed persons' attitude to life in an impressive way and differentiates them clearly from the normal Joe-Public-type consumer.

3



verhalten spiegelt die Lebenseinstellung der Selbstständigen auf eindrucksvolle Art und Weise wieder und grenzt sie von Otto Normalverbraucher deutlich ab.

Wesentliche Merkmale der Kultur der Selbstständigkeit

Die Kultur der Selbstständigkeit (als Abgrenzung zur Kultur der staatlichen Fürsorge) als herausragendes Merkmal dieser Bevölkerungsgruppe wird insbesondere geprägt durch die Begriffe Vertrauen, Verantwortung und Netzwerk.

Vertrauen entsteht nicht zuletzt durch vorgelebte Verhaltensmuster. Und hier ist insbesondere das gelebte Vertrauensverhältnis von Selbstständigen zu ihren Kunden und Mitarbeitern zu nennen. Hier entsteht die Kundenbindung durch den direkten Kontakt zwischen Käufer und Verkäufer, Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Sobald in dieses Vertrauensverhältnis mit Gesetzen eingegriffen wird, wird es zerstört. Dies lässt sich am Beispiel des Kündigungsschutzes sehr gut belegen. Nicht das Gesetz definiert bei Klein- und Mittelbetrieben den Kündigungsschutz, sondern die direkte persönliche, zumeist langjährige Beziehung, bei der es weitaus schwieriger ist, eine Kündigung – von Auge zu Auge – auszusprechen als in einem anonymen Großbetrieb. Daraus entsteht die Bereitschaft zur Übernahme von Verant-

wortung für Kunden und Mitarbeiter. Diese Verantwortung prägt die Beziehungen und das Leistungsangebot des Unternehmens. Betriebswirtschaftliches Hauptziel sollte „Kundenbindung“ sein. Modern verstanden als das uneingeschränkte Bemühen um den externen Kunden und den internen Kunden, unseren Mitarbeiter. Während die Großunternehmen kontinuierlich Stellen abbauen, schafft jede Existenzgründung in den ersten Jahren im Durchschnitt vier neue Arbeitsplätze, die dauerhaft erhalten und idealerweise noch weiter ausgebaut werden können.

Vertrauen in den Standort ist ein weiteres wesentliches Merkmal für eine erfolgreiche Selbstständigkeit. Voraussetzung hierfür ist eine zuverlässige (kommunale) Wirtschaftspolitik, die ihre ansässige Wirtschaft nicht benachteiligt. Hierher gehört der verantwortungsbewusste Umgang mit der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten. Die Kultur der Selbstständigkeit ist eng verknüpft mit der Kultur der Stadtentwicklung und in diesem Bereich haben die Kommunalpolitiker eine generationenübergreifende Verantwortung bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen für die örtliche Wirtschaft. Sie darf den Umstand, dass Selbstständige, kleine und mittlere Unternehmen zumeist standorttreu sind, nicht ausnutzen, um sie stärker

zu belasten. Münchens Selbstständige haben ein Wir-Gefühl für ihre Stadt und übernehmen Verantwortung für ihren Standort durch entsprechendes Engagement vor Ort, sei es in der Kommunalpolitik oder in den Verbänden wie insbesondere beim Bund der Selbständigen/DGV in Bayern.

Kultur der Selbstständigkeit heißt auch das Weitervermitteln von Werten und Erfahrungen an die nächste Generation. Das Heranführen junger Menschen an die Selbstständigkeit und die verantwortungsbewusste Übernahmereitschaft elterlicher Betriebe und die Motivation zu einem eigenen Sprung in die Selbstständigkeit zeichnen den selbstständigen Mittelstand besonders aus. So kommen in Unternehmen, in denen der Generationenwechsel gelungen ist, laut einer aktuellen Studie der IHK München die Nachfolger zu 73 Prozent aus der eigenen Familie und nur zu 13 Prozent von außen. Der Mensch steht im Mittelpunkt. Selbstständiges Handeln in eigener Verantwortung unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen und marktwirtschaftlichen Normen und Werte als charakterisierendes Merkmal der Selbstständigkeit stellt die Attraktivität des Standortes auf Dauer sicher. Um junge Menschen auf die Selbstständigkeit und die damit verbundene Übernahme von Verantwortung vorzubereiten, bedarf

3 Eine weit über dem Bundesdurchschnitt liegende Selbständigenquote von 14 Prozent zeigt die Bedeutung der Selbständigkeit für die Münchner Wirtschaft.

A far above the federal average rate of self-employed people amounting to 14 per cent demonstrates the importance of self-employment for Munich's economy.

Essential characteristics of the culture of self-employment

The culture of self-employment (in differentiation to the culture of public welfare) as an outstanding characteristic of this group of the population especially features the terms confidence, responsibility and network.

Confidence is ultimately created through exemplified patterns of behaviour. And here, in particular the lived relations of confidence of self-employed persons to their customers and staff members must be mentioned. Customer relations are created here through direct contacts between buyer and seller, employer and employee. As soon as legal regulations interfere in this confidential relationship, it will be destroyed. This can be excellently proven by taking the example of unfair dismissal protection. Not the law itself defines dismissal protection with small- and medium-sized enterprises, but the direct personal mostly long-term relations, which makes it much more difficult to pronounce a dismissal – eye to eye – than within an anonymous large company. Thus emerges a preparedness to take over responsibility for customers and staff. This responsibility characterises relationships and the service spectrum of companies. In terms of business administration, the main aim should be

“customer loyalty”. With a modern understanding, it means the unlimited effort to satisfy external customers and internal customers, our employees. While large corporations are continuously reducing the number of jobs, every single new business founded creates four new jobs on average within the first years, which can be maintained lastingly and ideally expanded further.

Confidence in the business location is another major characteristic for successful self-employment. Precondition for this is a reliable (communal) economic policy that does not put its local economy at a disadvantage. This also implies a responsible treatment of settlements of large-scale retail projects. The culture of self-employment is closely linked with the culture of urban development and in this field communal politicians have a responsibility across generations for structuring appropriate frameworks for the local economy. It should not use the fact that self-employed people, small and medium-sized enterprises are mainly loyal to their location, to put more burdens on them. Munich-based self-employed persons have a we-feeling for their city and take on responsibility for their location through corresponding commitment locally, be it in communal policy or in associations like for instance in

the Association of Self-Employed/ DGV in Bavaria.

A culture of self-employment also means to transmit values and experiences on to the next generation. Introducing young people to self-employment, to a responsible willingness of taking over parental businesses and the motivation to risk one's own leaping into self-employment are the characteristics that especially distinguish the self-employed small and medium-sized business sector. Thus, in businesses that have succeeded to transfer ownership to a new generation 73 per cent of successors come from the midst of their own families and only 13 per cent from outside according to a current survey conducted by the Munich Chamber of Commerce and Industry. The human being is the focal point. The long-term attractiveness of a business location is guaranteed through autonomous action of the self-employed in their own responsibility and under consideration of social and market-economy standards and values as characterising features of self-employment. In order to prepare young people for self-employment and the taking-over of responsibility connected with it a well-founded education is needed. This is where ultimately universities and education institutions come into play. In this

es einer fundierten Ausbildung. Hier sind nicht zuletzt die Universitäten und Bildungseinrichtungen gefordert. München bietet in diesem Bereich beste Voraussetzungen, riefen doch die Münchner Hochschulen in den letzten Jahren vermehrt Programme ins Leben, die den über 80.000 Studenten in der Landeshauptstadt den Sprung in die Selbstständigkeit ermöglichen und erleichtern sollen. Ein Beispiel ist der Münchener Business Plan Wettbewerb, den der Bund der Selbständigen als Kooperationspartner unterstützt.

Doch sowohl die Bildung von Vertrauen als auch die Übernahme von Verantwortung ist nicht möglich ohne ein Netz aus sozialen und geschäftlichen Beziehungen, ein funktionierendes Netzwerk. Ein Netzwerk ist per Definition ein System von miteinander verbundenen Institutionen, Personen oder Sachen. Es impliziert Möglichkeiten zur Kommunikation.

Doch warum sind Netzwerke so wichtig für eine erfolgreiche Selbstständigkeit? Der Wettbewerb um Produktionsfaktoren und Kunden wird zunehmend aggressiver geführt. Er wird globaler, nicht nur für Großkonzerne, auch für die Selbstständigen, gerade in einer Stadt wie München. Während noch vor einigen Jahrzehnten die Wettbewerber quasi um

die Ecke wohnten, kommen diese mittlerweile aus der ganzen Welt, die Ost-Erweiterung der EU stellte hier den letzten Schritt dar. Um dem damit verbundenen Kosten- und Investitionsdruck, sinkenden Umsätzen und Gewinnen sowie einer zunehmenden Marktkonzentration begegnen zu können, entdecken mehr und mehr Unternehmer und Selbstständige aktives „networking“ für sich. Besonders junge Unternehmer und Selbstständige nehmen dabei eine Vorreiterrolle ein.

Dabei geht es nicht darum, seine eigene Selbstständigkeit preiszugeben. Vielmehr ist es das Ziel, auf der Basis eigenständiger Interessen gemeinsam zu agieren. In den letzten Jahren haben sich aus diesem Grund – gerade auch in München – eine Reihe von Netzwerken etabliert, man denke nur an die verschiedenen Businessplan-Wettbewerbe und Wirtschaftsverbände. Ein Beispiel für ein Unternehmernetzwerk ist der Bund der Selbständigen mit seinen rund 1.000 Mitgliedern in München, die sich im Netzwerk und in ihrem täglichen Geschäft gemeinsam für ihre Stadt und die Belange Ihrer Bürger einsetzen.

Voraussetzung für ein funktionierendes Netzwerk – und hier schließt sich der Kreis – ist das Vertrauen. „Vertrauen ist der Anfang von allem.“ Mit dieser Aussage ist ein Global Player vor einigen

4 Münchens Handwerker, Einzelhändler und Dienstleister bieten mit der Vielfalt ihrer Leistungen ein großes Stück Lebensqualität. Hier der Eingang zum Löwenbräukeller. [Munich's craftsmen, retailers and service providers offer a large amount of quality of life with their diversity of services. Here, the entry to Löwenbräukeller.](#)

Jahren massiv in die Werbung gegangen, da es sich dabei häufig um einen elementaren Wettbewerbsvorteil der kleineren Unternehmen handelt. Da diese einen direkteren Kontakt zu ihrem überschaubaren Kundenkreis pflegen können, fällt es ihnen ungleich leichter, Vertrauen aufzubauen. Auch die Großkonzerne versuchen mittlerweile mehr und mehr, diese Karte zu spielen. Deshalb kann und wird dieser Wettbewerbsvorteil der Selbstständigen nur dann von Dauer sein, wenn er kontinuierlich gepflegt wird.

Herausforderungen an die Selbstständigen

Die wichtigste Zukunftsstrategie für Selbstständige wird sein: die Kooperation und die Bildung von Netzwerken – über Generationen hinweg. Man arbeitet zusammen, informiert sich, um seinen Kunden ein optimales Leistungsangebot anbieten zu können, nämlich die von ihm gewünschte umfassende, nicht nach Branchen und Zuständigkeiten zergliederte Problemlösung. Hier erwarten wir die Unterstützung und die Förderung der Kooperationen durch entsprechende Rahmenbedingungen. Orientieren wir unsere Ziele an den ersten drei Buchstaben unserer regionalen Wirtschaft, am „Wir“, dann werden hoffentlich alle ihren Wirkungsraum als eine eigene Marke begreifen und ihr Handeln danach richten.

4



respect, Munich offers the best prerequisites, since Munich's universities in recent years have increasingly launched programmes that enable and facilitate over 80,000 students of the state capital to venture into self-employment. One example is the Munich Business Plan Competition, which is supported by the Association of Self-Employed as cooperation partner.

However, creating confidence and the taking over of responsibility is not possible without a network of social and societal relations within a functioning system. Per definition, a network is a system of institutions, persons or things that are linked together.

But why are networks that important for successful self-employment? Competition for production factors and customers is becoming increasingly more aggressive. It is becoming more global, not only for large corporations, also for self-employed persons, especially in a city like Munich. While only

some decades ago competitors lived around the corner so to speak, now they come from all over the world, the East Enlargement of the EU presented the most recent step in this direction. In order to meet the pressure of costs and investments, falling turnover sales and profits as well as an increasing concentration of the market linked with it, more and more entrepreneurs and self-employed people are discovering active "networking" for them-selves. Especially young entrepreneurs and self-employed people are playing the role of pioneers in this respect.

The issue here is not to renounce one's own self-employed status. The aim is much more to act jointly, on the basis of independent interests. For this reason, a number of networks have emerged – especially in Munich – in recent years, one may think only of the different Business Plan competitions and associations of trade and commerce. For example the network of entrepreneurs Association of Self-Employed Persons with around 1,000 members in Munich, who are engaged in the network and their daily business collectively to the benefit of their city and matters concerning its citizens.

Precondition for a functioning network – and this is where the circle closes – is

confidence. "Confidence is the beginning of all things". A global player used this statement some years ago to launch a massive campaign, since frequently here an elemental competition advantage of small enterprises is at stake. Since they can maintain more direct contact to their relatively small clientele, it is much easier for them to build up confidence. Meanwhile, also the large corporations are increasingly trying to play this card. Therefore, this competition advantage the self-employed have now will only be of long duration, it is fostered continuously.

Challenges for the self-employed

The most important future strategy for self-employed will be: to engage in cooperation and to create networks – across generations. One works together, obtains information to offer one's customers an optimal service package, namely a comprehensive problem solution that is not separated by branches and responsibilities, as desired by them. In this respect, we expect the support and development of cooperation agreements through corresponding frame conditions. Let us orient our aims on the three letters of the term "our regional economy", the "our", then hopefully all will understand its sphere of activity as their own brand and act accordingly.