Familie & Co. KG

Familienunternehmen haben die Krise gut bewältigt. Doch nützen sie auch ihre Zukunftschancen? Ein Blick auf die Herausforderungen und Schwachstellen zeigt Handlungsbedarf.

Gerade in Krisenzeiten gelten Familienunternehmen als sicher. So manch einer schwört auf diese Form der Unternehmensführung und sieht sie als bestens „geimpft" gegen die Spekulationen an den Aktienmärkten. Qualität, Verlässlichkeit und Tradition sind Werte, die diesen Betrieben zugeschrieben werden. Doch reicht das auch für die Zukunft?

Die Studie über Familienunternehmen von PricewaterhouseCoopers fasst die wesentlichsten Herausforderungen zusammen:
Die Familienunternehmen in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) sehen den Fachkräftemangel als wichtigste Herausforderung an, wobei das Problem in Deutschland und Österreich deutlich gravierender eingeschätzt wird als in der Schweiz. Demgegenüber sind die Schweizer Unternehmen wesentlich häufiger besorgt über die Konsequenzen der Wechselkursentwicklung.

EIGENTÜMERWECHSEL

Der Eigentümerwechsel ist bei jedem vierten Unternehmen absehbar: Bei 23 Prozent der Familienunternehmen der DACH-Region steht innerhalb der kommenden fünf Jahre ein Eigentümerwechsel an. Gut 40 Prozent dieser Unternehmen bleiben voraussichtlich in Familienbesitz, ein Verkauf an Unternehmen, Finanzinvestoren oder das Management wird von rund 15 Prozent der Familienunternehmen in Betracht gezogen. In der DACH-Region haben rund 30 Prozent der Befragten keine entsprechenden Vorkehrungen für die Unternehmensnachfolge getroffen.

KONFLIKTMANAGEMENT

Auch das Konfliktmanagement wird vernachlässigt: Fast zwei Drittel der Familienunternehmen in der DACH-Region haben keine Streitschlichtungsmechanismen etabliert. Weltweit verzichten sogar über 70 Prozent auf feste Regeln und Verfahren zur Konfliktlösung. Die Strategie ist häufigster Streitpunkt: Bei Konflikten in Familienunternehmen geht es meist um die strategische Ausrichtung. In der DACH-Region sorgen Strategiefragen bei 35 Prozent der Befragten zumindest gelegentlich für Auseinandersetzungen.

STEUERPOLITIK

Steuerpolitik steht im Fokus: Die Vereinfachung des Steuersystems und/oder eine Senkung der Steuersätze ist für die Familienunternehmen in der DACH-Region von besonderer Bedeutung – fast 90 Prozent halten steuerpolitische Änderungen für sehr wichtig.

CSR

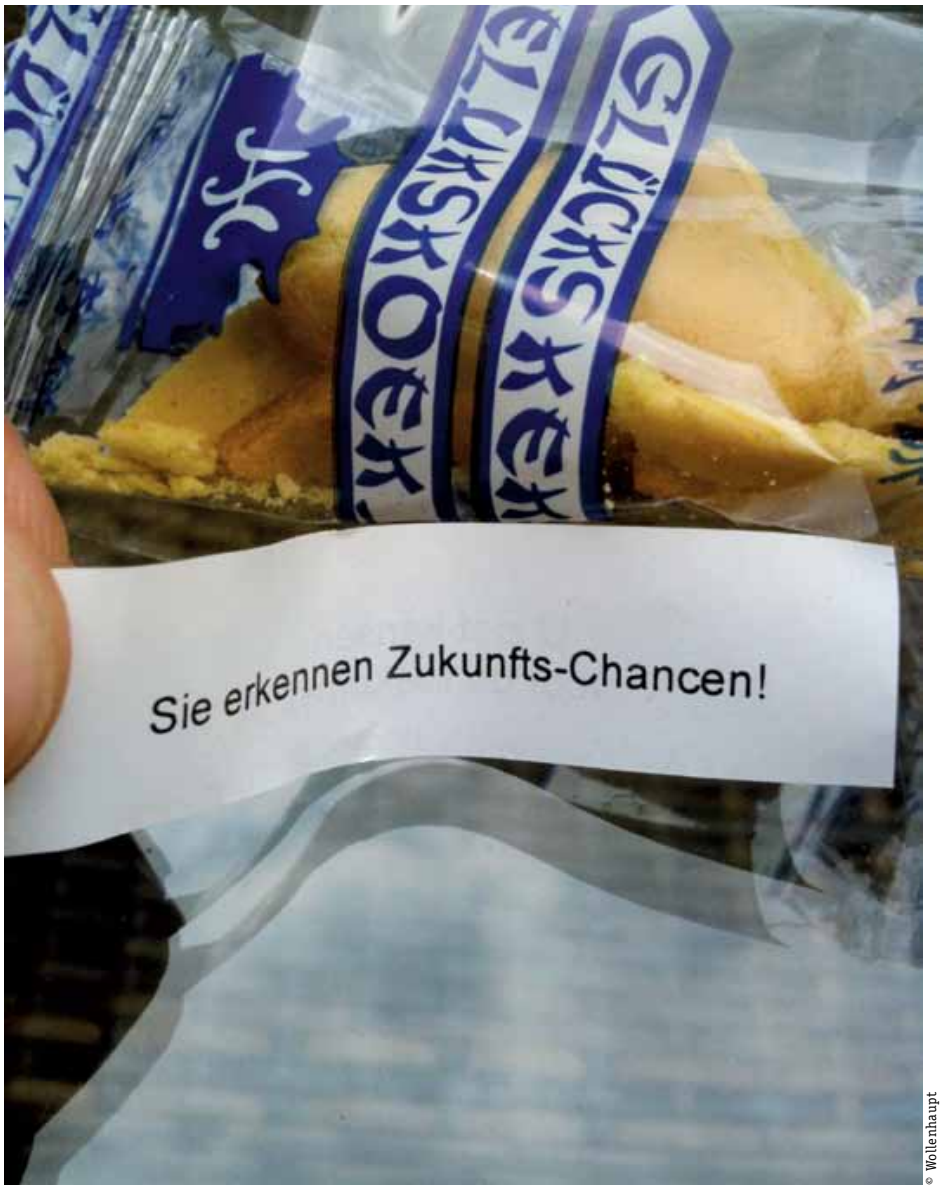
CSR wirkt: Die Familienunternehmen sind sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Auf Initiativen im Bereich „Corporate Social Responsibility" (CSR) verzichten weltweit lediglich sieben Prozent der Unternehmen, in der DACH- Region verfolgt sogar nur eins von hundert Unternehmen keinen CSR-Ansatz. Dabei sehen über 90 Prozent (weltweit: 73 Prozent) der Befragten einen Nutzen der CSR-Maßnahmen für die allgemeine Unternehmensentwicklung.

Wer alles selbst machen will, braucht sich nicht wundern, wenn er alles selbst machen muss!

Constantin Wollenhaupt

wollenhauptc@me.com

Zur Person:
Constantin Wollenhaupt ist Journalist und Kommunikationsberater. Sein Schwerpunkt liegt in der nachhaltigen Unternehmensentwicklung.



© Wollenhaupt

Studie ist abzurufen unter: http://www.pwc.com/at/de/publikationen/mittelstand-kmu/studie-familienunternehmen-2010-2011-dach.pdf

DIE WAHRNEHMUNG GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG IN FAMILIEN- UND NICHT-FAMILIENUNTERNEHMEN

Ob es Unterschiede bei der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zwischen Unternehmen mit starkem und schwachem Familieneinfluss gibt, liefert eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) Mannheim. Dafür wurde die Ausbildungsbereitschaft von 510 Unternehmen in Mannheim untersucht. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass Familienunternehmen aus Rücksicht auf ihren guten Ruf sowie auf ihre besondere Unternehmenskultur eher geneigt sein könnten auszubilden als Nicht-Familienunternehmen, und damit auch eher geneigt sein könnten, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Im Ergebnis zeigt sich, dass bei den kleineren Familienunternehmen die Ausbildungsneigung geringer als bei den Nicht-Familienunternehmen ist. Bei größeren Familienunternehmen hingegen ist die Ausbildungsneigung höher. (Quelle: Institut für Mittelstandsforschung, ifm, Mannheim).

WER ALLES SELBST MACHEN WILL, BRAUCHT SICH NICHT WUNDERN, WENN ER ALLES SELBST MACHEN MUSS!

Pessimistisch gesehen liest sich aus diesen Studien ab, dass Familienunternehmen am Fachkräftemangel selbst schuld sein könnten. Denn laut der PWC-Studie halten nur 1 Prozent der Familienunternehmen exzellente Mitarbeiter für einen wichtigen Wettbewerbsvorteil. In die Führungsetagen von Familienunternehmen steigen auch selten Mitarbeiter auf, die nicht zur Familie gehören.

„Wenn man es also tatsächlich so deuten kann, dass kleinere Familienunternehmen das Personal nicht ernst nehmen, die Ausbildung qualifizierter Fachkräfte selbst nicht anstreben und den vorhandenen qualifizierten MitarbeiterInnen keine Aufstiegsmöglichkeiten bieten, so wäre es schon fast dumm, sich zu wundern, warum die besten der Besten für solch unattraktive Arbeitsbedingungen nicht Schlange stehen." so Harald Farkas, Kommunikationsberater und Inhaber der Agentur Vollpfosten Kommunikation. Weiters meint er: „In vielen Unternehmen wird die Wertigkeit der internen Kommunikation, welche auch immer ein Ausdruck der Wertschätzung seitens des Arbeitgebers ist, nicht ernst genommen. Dabei sind sich Experten seit Jahren einig, dass ein gutes Arbeitsklima für potentielle neue MitarbeiterInnen entscheidend ist. Die Familienunternehmen, welche Zeit und Geld in ihr Personal investieren, den Führungskräften echte Entscheidungskompetenzen einräumen und die Chefetagen nicht mit irgendwelchen Verwandten sondern mit den qualifiziertesten MitarbeiterInnen besetzen, werden den harten Wettbewerb der nächsten Jahrzehnte für sich entscheiden."

Das Marketing soll im Wettbewerb helfen, jedoch ist das Budget knapp. Nicht selten wird das gute Geld dabei zum Fenster hinausgeworfen. Es ist durchaus sinnvoll, die Marketingmaßnahmen durch eine externe und unabhängige Beratung überprüfen zu lassen. Dabei sollte man eine Beratung oder Agentur suchen, die selbst keine operative Umsetzung von solchen Maßnahmen anbietet.