

Familienunternehmen sehen sich heute – wie andere Unternehmen auch – einem verschärften Veränderungsdruck gegenüber. Die notwendigen Veränderungen sehen jedoch ganz anders aus als bei börsennotierten Publikumsgesellschaften.

Von Christoph Herrmann und Tom A. Rüsen

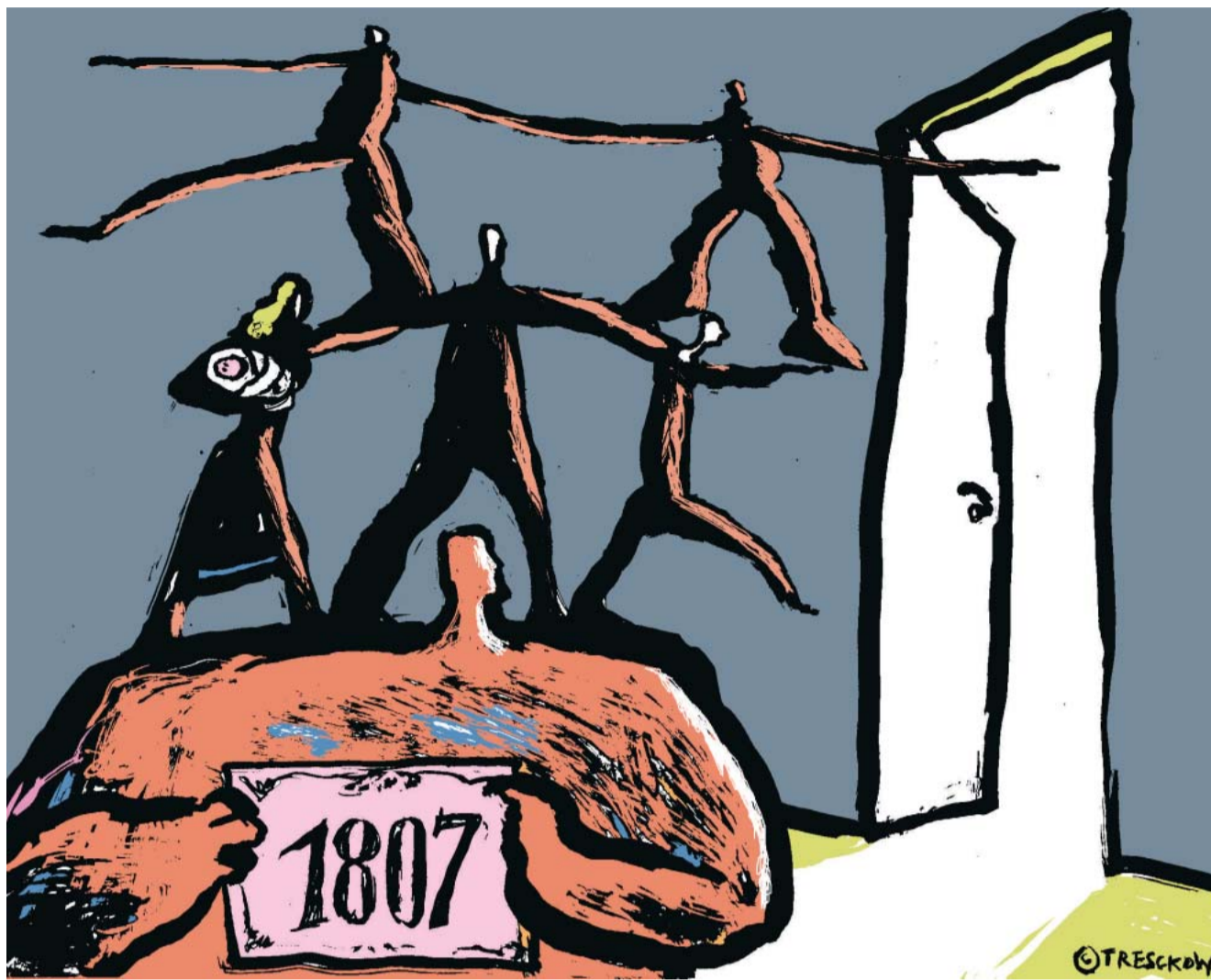
Das Rückgrat der deutschen Wirtschaft sind, wird heute vielfach kolportiert. Tatsächlich sind ein Prozent aller deutschen Familienunternehmen aus dem Jahre 2007 zufolge 95,1 Prozent aller deutschen Familienunternehmen.

wirtschaftliche Probleme als vielmehr die fehlende Bereitschaft der Familienmitglieder, Veränderungsnotwendigkeiten zu erkennen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Die Studie, in die Erfahrungen aus über 2500 Krisenfällen Eingang gefunden haben, zeigt, dass viele Familien den Veränderungsdruck entweder nicht erkennen oder dass auf erkannte Veränderungsnotwendigkeiten aus emotionalen Gründen wie Stolz, Angst, Wunsch nach Machterhalt et cetera nicht wirklich reagiert wird.

Auch ein zweites von der European Business School gemeinsam mit der Stiftung Industrieforschung durchgeführtes Forschungsprojekt zum Thema „Innovation, Markenführung und Design“ zeigt, dass es weit häufiger Einstellungs- und Haltungsfragen denn instrumentelle Aspekte sind, die den Erfolg beziehungsweise Misserfolg von Innovationsprojekten bei mittelständischen Unternehmen bestimmen.

Eine aktuelle Untersuchung am Institut für Familienunternehmen der Universität Witten/Herdecke (WIFU) zum Thema „Krisenmanagement in Familienunternehmen“ macht deutlich, dass klassische Managementmethoden kaum geeignet sind, Familienunternehmen, die in Krisen geraten, erfolgreich aus dieser Situation herauszuführen.

Management Innovationen in Familienunternehmen



zu ersetzen. Vielmehr geht es darum, die eigenen Stärken zu systematisieren und von Einzelpersonen loszulösen, um sie so erfolgreich in die nächste Generation zu führen. Aber wie macht man dies? Welche Maßnahmen sind notwendig, um Familienunternehmen einen erfolgreichen Wandel in stürmischen Zeiten zu ermöglichen?

Die Strategie des Unternehmens kompatibel sein sollte. Ein Beispiel für eine solche Festschreibung liefert die Wrede Industrieholding GmbH & Co. KG, deren Familienverfassung von den Mitgliedern der Familie gemeinsam erarbeitet wurde und in ihren Grundzügen für alle Führungskräfte, Mitarbeiter und Kunden nachlesbar im Internet veröffentlicht ist.

Der Strategie des Unternehmens kompatibel sein sollte. Ein Beispiel für eine solche Festschreibung liefert die Wrede Industrieholding GmbH & Co. KG, deren Familienverfassung von den Mitgliedern der Familie gemeinsam erarbeitet wurde und in ihren Grundzügen für alle Führungskräfte, Mitarbeiter und Kunden nachlesbar im Internet veröffentlicht ist.

Zertifikate – Emittentenpreise

Table with columns: WPKN, Name, CAP/Basis, Laufz., Bez. Verh., Gold, Brief. Includes ABN-AMRO and BHF BANK.

Table with columns: WPKN, Name, CAP/Basis, Laufz., Bez. Verh., Gold, Brief. Includes Deutsche Bank and various market indices.

Table with columns: WPKN, Name, CAP/Basis, Laufz., Bez. Verh., Gold, Brief. Includes Garantie-Zertifikate and various bank products.

Table with columns: WPKN, Name, CAP/Basis, Laufz., Bez. Verh., Gold, Brief. Includes Societe Generale and various international products.

Table with columns: WPKN, Name, CAP/Basis, Laufz., Bez. Verh., Gold, Brief. Includes Best Product and various investment options.

Neben einer Systematisierung der Unternehmensführung und des Einflusses der Familie auf diese stehen viele Familienunternehmen vor der Herausforderung, ihre internen Prozesse zu überdenken und von Entscheidungen einzelner Personen unabhängiger zu machen.

Die Ausführungen zeigen, dass der richtige Weg für Familienunternehmen nicht in einer unnötigen Verkomplizierung der eigenen Unternehmensführung zu sehen ist als vielmehr in einer angemessenen Systematisierung. Diese darf dabei klassische mittelständische Tugenden wie zum Beispiel Schnelligkeit, Flexibilität und Nachhaltigkeit nicht beschneiden, sondern sollte diesen im Gegenteil neue Freiräume verschaffen.

Christoph Herrmann ist Managing Partner der Unternehmensberatung Herrmann, Moeller + Partner in München und Lehr-Innovationsmanagement an der European Business School.

Advertisement for BHF BANK with logo and contact information.

Advertisement for finanztreff.de with logo and website information.

Advertisement for LB&BW with logo and website information.

Advertisement for WestLB with logo and website information.

Advertisement for Vontobel with logo and website information.

publiziert von vwd group

Table with columns: WPKN, E, Basis, Cap, Fälligkeit, Kurs, Vol. Includes various financial products and their details.

Advertisement for CREDIT SUISSE with logo and website information.

Advertisement for DZ BANK with logo and website information.

Advertisement for DZ BANK with logo and website information.

Advertisement for DZ BANK with logo and website information.

Advertisement for DZ BANK with logo and website information.

Advertisement for vwd derivate service with logo and website information.