



Die Wechselwirkung zwischen Familienunternehmen und dem Sozialkapital in einer Region

Zusammenfassung der Dissertation von Marie-Sophie Daemen

I. Motivation und Problemstellung

Weder in der Wissenschaft noch in der Praxis bestehen Zweifel daran, dass Familienunternehmen im Vergleich zu börsennotierten Unternehmen ein strukturell anderes Verhalten an den Tag legen. Ein Hauptgrund hierfür liegt darin, dass das Vermögen der Eigentümer oftmals überwiegend in das eigene Unternehmen investiert ist und somit das Wohlergehen der Unternehmerfamilie an Erfolg und Fortbestehen des Unternehmens geknüpft ist. Dies könnte eine Begründung dafür liefern, dass Familienunternehmen im Gegensatz zu Publikumsgesellschaften mit einer breit diversifizierten Eigentümerstruktur risikoaverser agieren, um das Vermögen der Familie nicht zu gefährden. Weiterhin kann beobachtet werden, dass die langfristige Orientierung von Familienunternehmern und der Wunsch, das Unternehmen an weitere Generationen zu übergeben, in der Regel dazu führen, dass Familienunternehmen kooperative und von Vertrauen geprägte Beziehungen zu ihren Stakeholdern wie z.B. ihren Arbeitnehmern, Kunden oder zu ihren Fremdkapitalgebern pflegen (vgl. hierzu z.B. Miller/Le Breton-Miller 2005; Mietzner/Tyrell 2012). Insbesondere die Beziehungen zu Mitarbeitern in Familienunternehmen wie auch die Beziehungen zu regionalen Akteuren sind von Verlässlichkeit, Langfristigkeit und Kooperationsbereitschaft geprägt (vgl. hierzu z.B. Miller/Le Breton-Miller 2005). Die besonderen Eigenschaften und das strukturell andere Verhalten von Familienunternehmen spiegeln sich aber nicht nur in den Beziehungen zu den direkten Anspruchsgruppen wider, sondern können über die Mitarbeiter und die regionalen Akteure auch auf die Gemeinschaft übertragen werden. Auf diese Weise werden Werte und Erwartungen in die Region vermittelt, kooperative Handlungen erleichtert und ein Einsatz für das Allgemeinwohl erzeugt.

Derartige wechselseitige und vertrauensvolle Beziehungen innerhalb einer Gesellschaft, die kooperative Handlungen erleichtern, auf gemeinsamen Werten und Normen beruhen und positive Auswirkungen auf die soziale Interaktionen haben, werden auch mit dem Begriff „Sozialkapital“ umschrieben (vgl. hierzu z.B. auch Putnam 2000). Das Forschungsfeld zu Sozialkapital hat seinen Ursprung in der Soziologie und erfährt spätestens seit den neunziger Jahren disziplinenübergreifend große Aufmerksamkeit. Der französische Soziologe Pierre Bourdieu (1983) war der Erste, der den Begriff systematisch verwendet hat und eine erste Definition von sozialem Kapital etabliert hat.

Das strukturell andere Verhalten von Familienunternehmen übt dem Sozialkapital-Konzept zufolge einen Rückkopplungseffekt auf die Gesellschaft aus und hat positive Auswirkungen auf die wirtschaftliche Attraktivität der Region. Eine Steigerung des sozialen Kapitals fördert somit den wirtschaftlichen Erfolg sowie den materiellen und immateriellen Wohlstand einer Gesellschaft. An dieser Stelle setzt die Forschungsfrage der Dissertation an.



Es wird untersucht, ob die Konzentration von Familienunternehmen in einer Region das Sozialkapital positiv beeinflusst. Der Frage, ob das spezielle Verhalten und die besonderen Verhaltensweisen von Familienunternehmen tatsächlich die Bildung von Sozialkapital positiv beeinflussen, wurde bisher kaum nachgegangen und strukturelle Untersuchungen basierend auf größeren Datenmengen sind nur wenig bekannt. So lassen sich zwar basierend auf Einzelfalluntersuchungen vielerlei Hinweise dafür finden, welche die dargestellte Sichtweise unterstützen, aber insbesondere in der wissenschaftlichen Literatur sind kaum systematische Untersuchungen in diesem Zusammenhang zu finden. Die Dissertation beabsichtigt, diese Forschungslücken zu schließen.

Ferner wird die Forschungsfrage auf einen weiteren Organisationstyp, die Genossenschaftsbanken, ausgeweitet. Genossenschaftsbanken ähneln Familienunternehmen hinsichtlich ihrer Governance-Struktur und in ihrem Verhalten gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen. Die zusätzliche Betrachtung von Genossenschaftsbanken ermöglicht zum einen die Erweiterung des Verständnisses, wie sich Sozialkapital in einer Gesellschaft bilden und ausbreiten kann und zum anderen können die dargelegte Argumentation und die in der empirischen Analyse beobachteten Ergebnisse geprüft und abgesichert werden.

II. Zentrale Hypothesen der Arbeit

Die Untersuchung basiert auf einem auf den Erkenntnissen der Stewardship- und der Stakeholder-Theorie aufbauenden Erklärungsmodell, das umschreibt, dass Familienunternehmen insbesondere auch die Interessen anderer Stakeholdergruppen bei ihren Entscheidungen berücksichtigen und die Stakeholder von Familienunternehmen in der Regel ein einheitliches Zielbild verfolgen. Dies spiegelt sich in den loyalen, von Vertrauen gekennzeichneten und reziproken Beziehungen innerhalb des Familienunternehmensnetzwerks wider. Aufbauend auf den theoretischen Grundlagen und den Ergebnissen bisheriger Studien werden sechs Forschungshypothesen abgeleitet. Diese beschäftigen sich mit dem Einfluss der Familienunternehmensintensität, der Mitarbeiterintensität in Familienunternehmen sowie der Häufigkeit von Genossenschaftsbanken bezogen auf das Sozialkapital in einer Region. Basierend auf der Annahme, dass sich Familienunternehmen im Vergleich zu Publikumsgesellschaften mit einer breit diversifizierten Eigentümerstruktur strukturell anders verhalten, wird vermutet, dass sich zunächst das Sozialkapital der Unternehmerfamilie auf das Unternehmen bzw. dessen Mitarbeiter überträgt. Dies zeigt sich u.a. darin, dass die Werte und Ansichten der Familie, die in den Leitlinien der Firma verankert sind, mit der Zeit von den Mitarbeitern übernommen werden und zu ihrem Selbstverständnis werden. Die Werte und Normen beeinflussen wiederum den Umgang der Stakeholder mit Akteuren aus ihrem persönlichen Netzwerk. Auf diese Weise werden die Werte und Ansichten, die im Familienunternehmen vorherrschen und auf dem familieninternen Sozialkapital beruhen, durch Interaktionen der Mitarbeiter (oder anderer Stakeholder des Unternehmens) mit der Umwelt auf eine ganze Region übertragen. Familienunternehmen tragen somit zur Bildung von regionalem Sozialkapital bei.



III. Ergebnisse

Für die Überprüfung der aufgestellten Forschungshypothesen wurde ein Rohdatensatz von insgesamt 38.240 Unternehmen zusammengestellt und umfangreich aufbereitet. Die Arbeit basiert auf einer Auswertung von 7.745 Familienunternehmen, verschiedenen Indikatoren für Sozialkapital und sonstigen Mikro- und Makrovariablen in 402 deutschen Kreisen und kreisfreien Städten. Mit diesem Datenfundament wird die Haupthypothese, ob eine hohe Intensität von Familienunternehmen Auswirkungen auf das Sozialkapital eines Kreises bzw. einer kreisfreien Stadt hat, auch wenn für eine Vielzahl anderer Faktoren kontrolliert wird, in deskriptiven und multivariaten Analysen untersucht. Die Ergebnisse zeigen einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit von Familienunternehmen bzw. Genossenschaftsbanken und dem Sozialkapital in einer Region.

Die Untersuchung enthält eine Kausalitätsproblematik, denn es könnte theoretisch auch sein, dass Familienunternehmen gehäuft in solchen Regionen vorkommen, die ohnehin bereits gut mit Sozialkapital ausgestattet sind. Aus diesem Grund wird eine zweistufige Schätzung mit einer Instrumentenvariable für Familienunternehmen durchgeführt. Auch wenn die Ergebnisse hierzu keinen eindeutigen Rückschluss zulassen, so kann mit Hilfe dieser Analyse dennoch gezeigt werden, dass Familienunternehmen und Genossenschaftsbanken grundsätzlich auf das Sozialkapital einwirken und nicht umgekehrt. Darüber hinaus wird das Selektionsmodell nach Heckman (1979) angewendet, um zu zeigen, dass sich Familienunternehmen nicht in Regionen mit einem bereits hohem Sozialkapital-Niveau ansiedeln, sondern erst nach der Niederlassung von Familienunternehmen das Sozialkapital in dieser Region ausgebaut wird.

IV. Schlussbetrachtung

Die von der Stiftung Familienunternehmen geförderte Arbeit soll einerseits der Wissenschaft dienen, indem sie sowohl in theoretisch-konzeptioneller als auch in empirischer Hinsicht einen wertvollen Erkenntnisgewinn zum weitergehenden Verständnis der Besonderheiten des Stakeholderverhaltens von Familienunternehmen und dessen Auswirkungen für die soziale Struktur einer Gesellschaft liefert. Andererseits soll die Untersuchung auch einen Mehrwert für die Praxis stiften. Primär sollen mit dieser Arbeit die oberste Leitungsebene von Familienunternehmen und Genossenschaftsbanken sowie Entscheidungsträger in der Politik adressiert werden.

Für Letztere gilt zum Beispiel, dass sie Familienunternehmen auf eine nachhaltige Weise in die (regionale) Förder- und Clusterpolitik einbinden und diese maßgeblich fördern sollten. Eine Gemeinschaft, die sich durch ein hohes Maß an Sozialkapital auszeichnet, trägt nicht nur zur Förderung der sozialen Entwicklung der Region bei, sondern beeinflusst auch die wirtschaftliche Entwicklung einer Region positiv. Da von einem hohen Maß an Sozialkapital in einer Region letztlich alle Ebenen profitieren, der Staat, die Region, die Unternehmen und die Bevölkerung, sollte es die Aufgabe des Staates sein, Regularien zu schaffen, die



sich fördernd auf die Entstehung von Sozialkapital auswirken. Eine hohe Konzentration von Familienunternehmen in einer Region führt den Ergebnissen der Untersuchung entsprechend zu einer Steigerung des regionalen Sozialkapitals, weshalb dieser Organisationstyp eine angemessene Unterstützung und Beachtung von politischen Entscheidungsträgern erfahren sollte.

Quellen:

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen: Schwartz (Soziale Welt, Sonderband 2), S. 183–198.

Heckman, James J. (1979): Sample Selection Bias as a Specification Error. In: *Econometrica* 47 (1), S. 153–161.

Mietzner, Mark; Tyrell, Marcel (2012): Das Verhalten von Familienunternehmen gegenüber Stakeholdern. In: *Familienunternehmen und Stiftungen* (3), S. 108–113.

Miller, Danny; Le Breton-Miller, Isabelle (2005): *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Boston: Harvard Business School Press.

Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.