



Presseinformation

München / Berlin, den 4. November 2015

Deutschlands nächste Familienunternehmer-Generation: 75 Prozent wollen auch operative Führung übernehmen / Verkauf kommt nicht in Frage

Für den Nachwuchs der deutschen Familienunternehmer ist die Übernahme unternehmerischer Verantwortung das wichtigste berufliche Ziel, sei es als Nachfolger oder als Gründer eines Start-ups. Dies hat eine empirische Studie der Zeppelin Universität Friedrichshafen in Zusammenarbeit mit der Stiftung Familienunternehmen ergeben. 75 Prozent der Befragten wollen nicht nur Gesellschafter des Familienunternehmens sein, sondern auch operative Führung im elterlichen Unternehmen übernehmen.

Für einen guten Teil der Befragten (39 Prozent) ist auch die Gründung ihres eigenen Unternehmens eine realistische Option. „Die Bereitschaft, in die Firma der Familie einzusteigen, steht im Wettstreit mit dem Wunsch, ein eigenes Unternehmen aufzubauen. Für welchen Weg man sich letztlich entscheidet, hängt stark davon ab, wie konkret der Übergang von der einen auf die andere Generation festgelegt ist“, erklärt Stefan Heidbreder, Geschäftsführer der Stiftung Familienunternehmen, die Ergebnisse der Studie „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration“. Dafür wurden 315 Söhne und Töchter aus Unternehmerfamilien im Alter zwischen 16 und 40 Jahren dieses Jahr befragt. Nach 2010 und 2012 ist dies die größte Befragung mit Fokus auf die nachfolgende Generation in den deutschen Familienunternehmen.

„Es fällt auf, dass sich die Mehrheit der potentiellen Nachfolger (54 Prozent) auch die Arbeit im Team mit Fremdgeschäftsführern vorstellen kann. Insgesamt ist festzustellen, dass speziell bei größeren Familienunternehmen die Professionalisierung der Nachfolge einen deutlich höheren Grad erreicht hat als bei vorangegangenen Generationswechseln“, führt Heidbreder aus. Ein Verkauf des Familienunternehmens kommt allein für eine kleine Minderheit in Frage (12 Prozent). Als Angestellter in einem anderen Familienunternehmen sehen sich in Zukunft nur 14 Prozent, in einem Konzern 9 Prozent, im öffentlichen Dienst 5 Prozent.

Belastungen für die nächste Generation

Auf der nächsten Generation lastet ein hoher Erwartungsdruck: 83 Prozent gaben an, dass ihre Eltern die Führungsnachfolge im Familienunternehmen von ihnen erwarten würden. Die derzeit geplante Verschärfung der Erbschaft- und Schenkungsteuer wird als deutliche Bedrohung der Nachfolgepläne gesehen: 65 Prozent der Befragten sagten, dass die Verschonung des Betriebsvermögens von der Erbschaft- und Schenkungsteuer Voraussetzung für die Fortführung ist.



Generationswechsel als Chance für Innovation

„Während der Generationenübergang von außen oft nur als Risiko wahrgenommen wird, halten die Nachfolger die Phase des gemeinsamen Arbeitens für besonders geeignet, um Innovationen und Wachstum voranzubringen“, erläutert Prof. Dr. Reinhard Prügl, Autor der Studie und wissenschaftlicher Leiter des Friedrichshafener Instituts für Familienunternehmen (FIF). Die Nachfolger wollen bevorzugt neue Geschäftsfelder erschließen und neue Produkte auf den Markt bringen (73 Prozent) oder neue Prozesse und Organisationsstrukturen für das Unternehmen entwickeln (76 Prozent). „Dabei wünschen sie sich die Elterngeneration als Mentor und Diskussionspartner bei gleichzeitig klaren Regeln für die Übergabe“, ergänzt Prügl. 48 Prozent sagen, sie hätten ein ungeschriebenes gemeinsames Verständnis für die Rolle der Elterngeneration für die Zeit nach der Übergabe, während dies nur bei 20 Prozent schriftlich fixiert ist.

„Familienunternehmen“ als Kommunikationsvorteil

„Ein Familienunternehmen zu sein, dies ist aus Sicht der nächsten Generation ein echter Wettbewerbsvorteil“, stellt Prügl weiter fest. 57 Prozent bejahen dies in der Befragung und werden dies daher nicht nur gegenüber Mitarbeitern (84 Prozent), sondern künftig auch gegenüber Banken und Kunden betonen. Die potentiellen Nachfolger sind auch überzeugt (67 Prozent), dass die Positionierung als „Familienunternehmen“ im Werben um Fach- und Führungskräfte hilft – und in Zukunft noch relevanter wird.

Download der Studie „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration. Eine empirische Untersuchung der Einstellungen und Zukunftspläne.“

(http://www.familienunternehmen.de/media/public/pdf/publikationen-studien/studien/Studie_Stiftung_Familienunternehmen_Deutschlands-naechste-Unternehmergegeneration-2015.pdf)

Weitere Informationen:

Hartmut Kistenfeger
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Stiftung Familienunternehmen
Prinzregentenstraße 50
D-80538 München

Tel.: +49 (0) 89 / 12 76 400 06
Fax: +49 (0) 89 / 12 76 400 09

kistenfeger@familienunternehmen.de
www.familienunternehmen.de