



Presseinformation

München, den 27. Januar 2020

Deutschlands nächste Unternehmergegeneration will Verantwortung übernehmen. Nachfolgemodelle werden individueller.

Deutschlands nächste Unternehmergegeneration steht bereit, Verantwortung zu übernehmen, doch die Nachfolgemodelle werden individueller. Das ist ein wesentliches Ergebnis von zehn Jahren Forschungsarbeit im Rahmen der Studienreihe „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration“ der Stiftung Familienunternehmen, die das Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen (FIF) durchgeführt hat.

Es handelt sich mit 1.625 Befragungen um die umfangreichste Untersuchung in Deutschland zu Werten, Einstellungen aber auch unternehmerischen Plänen und Ausbildung der Nachfolgergeneration. An der Umfrage beteiligte sich die junge Generation in Familienunternehmen aller Größenklassen – vom Kleinbetrieb bis hin zu großen und international tätigen Unternehmen.

„Deutschlands nächste Unternehmergegeneration ist besser ausgebildet denn je und für verschiedene Optionen offen. Potenzielle Nachfolger können als Geschäftsführer, Beiräte oder Gesellschafter wichtige Funktionen übernehmen. Die Nachfolgemodelle sind in den vergangenen Jahren vielfältiger geworden“, sagt Stefan Heidbreder, Geschäftsführer der Stiftung Familienunternehmen. „Unabhängig von der Rolle, die sie später einmal übernehmen, fühlen sich die potenziellen Nachfolger mit dem Familienunternehmen eng verbunden.“

Das klassische Nachfolgemodell, wonach ein Familienmitglied die alleinige Verantwortung in der Geschäftsführung übernimmt, verliert an Bedeutung. Nur 29 Prozent der Befragten gaben an, Geschäftsführer müssten zwingend der Gesellschafterfamilie entstammen. Das sind im Mittel 4,3 Prozent weniger als noch vor zehn Jahren. 22 Prozent der Befragten vertraten die Ansicht, nur ein einziges Familienmitglied könne in die Geschäftsführung eintreten (minus 13 Prozent). 61,2 Prozent sehen es indes als wahrscheinlich an, dass ein Team aus Familienmitgliedern und Nicht-Familienmitgliedern die Geschäftsführung übernimmt.

Die junge Generation ist entschlossen, Verantwortung im Unternehmen zu übernehmen. 71 Prozent der Befragten sehen es als wahrscheinlich an, dass sie bis zum 40. Geburtstag Geschäftsführer des Familienunternehmens sein werden. Die Übernahmebereitschaft stieg in den vergangenen zehn Jahren im Mittel deutlich um 91 Prozent an. Gleichzeitig bringt sie unternehmerisches Selbstbewusstsein mit. Mehr als 81 Prozent der Befragten sind zuversichtlich, dass ein von ihnen geführtes Unternehmen auch Erfolg hat. „Allen



Unkenrufen zu Trotz steht eine Generation von Unternehmern zur Verfügung, die bereit und in der Lage ist, Verantwortung zu übernehmen“, sagt Heidbreder.

Deutschlands nächste Unternehmergegeneration will eigene Akzente setzen. „In der Analyse der Werthaltungen sowie der Zukunftspläne für das Familienunternehmen wird deutlich, dass die nächste Unternehmergegeneration einerseits ihren Wurzeln, der Tradition und dem Bestehenden einen hohen Stellenwert einräumt und sich hierfür verantwortlich fühlt“, sagt Studienautor Prof. Dr. Reinhard Prügl. „Andererseits plant der Unternehmernachwuchs aber auch, neue unternehmerische Impulse zu setzen.“

Konkret sieht die nächste Unternehmergegeneration enorme Chancen in der Digitalisierung und der Zusammenarbeit mit Start-ups. Dabei geht es in erster Linie darum, digitale Lösungen (75 Prozent) und neue Geschäftsmodelle (62 Prozent) zu entwickeln. Die Nachfolger nehmen dabei bewusst in Kauf, dass die Zusammenarbeit mit Start-ups auch kulturelle Unterschiede zu einem etablierten Familienunternehmen mit sich bringen kann. Als größte Herausforderung für Familienunternehmen in den kommenden zehn Jahren wird der Fachkräftemangel erachtet.

Die Studie zeigt auch, dass Werte und Verantwortung für die Nachfolger immer bedeutender werden. Die Zustimmung zu der Aussage „ein reines Gewissen zu haben“ stieg kontinuierlich (plus 7 Prozent auf 83 Prozent) sowie zur Aussage „so zu leben, dass der Mitmensch nicht geschädigt wird“ (plus 3 Prozent auf 90 Prozent). Politisches Engagement verliert hingegen stark an Bedeutung: Nur 30 Prozent der Vertreter der Nachfolgeneration wollen sich politisch einbringen (minus 21 Prozent).

» **Download der Studie „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration“**

Weitere Informationen:

Andre Tauber
Leiter Kommunikation
Stiftung Familienunternehmen
Prinzregentenstraße 50
D-80538 München
Tel.: +49 (0) 89 / 12 76 400 06
Fax: +49 (0) 89 / 12 76 400 09
Mobil: +49 (0) 172 / 63 190 09
tauber@familienunternehmen.de
www.familienunternehmen.de

 [@StiftungFamUnt](#)

 [Erklär-Videos](#)