



Presseinformation

Unternehmensnachfolger vermissen Kompetenz in politischen Parteien Besorgt über eine Spaltung der Gesellschaft

Eine neue Studie der Stiftung Familienunternehmen zeigt zwar den Willen der Next Gens zur Verantwortung. Sie planen neue Akzente bei Innovation, Nachhaltigkeit und Unternehmenskultur. Allerdings können sich auch immer mehr von ihnen einen Verkauf des Unternehmens vorstellen.

München, den 25. September 2023. Ein großer Teil der sogenannten Next Gens sehen die Gefahr einer politischen Polarisierung und einer sozialen Spaltung der Gesellschaft als sehr groß an. Diese Angst rangiert bei den Zukunftsängsten noch vor dem Klimawandel.

Aktuell treibt der Krieg in Europa die jungen Leute am meisten um. Aber gleich danach kommt die Gefahr einer schlechten Wirtschaftslage mit steigender Armut. Das ist das Ergebnis einer Studie der Stiftung Familienunternehmen „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration“, erstellt zum sechsten Mal vom Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen der Zeppelin Universität.

Der nächsten Unternehmergegeneration fehlt es nicht an der familienunternehmerischen Grundhaltung, auch nicht an Leistungsbereitschaft oder Freude an der Verantwortung. Sie halten die Werte des Familienunternehmertums hoch. 71 Prozent sind bereit, eine operative Führungsrolle im Familienunternehmen zu übernehmen. 44 halten es für möglich, ein eigenes Unternehmen zu gründen (auch als Vorbereitung auf die Nachfolge). 23 Prozent der Befragten schließen allerdings auch einen Verkauf des ererbten Unternehmens nicht aus; das sind 9 Prozentpunkte mehr als bei der vorhergehenden DNUG-Studie im Jahr 2020.

Teils angefeindet und von der Politik kaum wahrgenommen

Besonders die wachsende Feindseligkeit zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen und politischen Überzeugungen macht der Nachfolgeneration Sorge. Das negative Image der Nachfolge im Vergleich mit der Gründung ist ein großes Thema. Die Umfrage zeigt zudem, dass sich die Nachfolger mit den eigenen Interessen von den politischen Parteien kaum wahrgenommen fühlen. Umgekehrt sehen sie bei den Parteien oft wenig Kompetenz, die Probleme zu lösen.

Prof. Rainer Kirhdörfer, Vorstand der Stiftung Familienunternehmen: „Die kommende Unternehmergegeneration hat großes Zutrauen in die Leistungs- und Innovationsfähigkeit ihrer Familienunternehmen sowie in die eigene Person und die Familie. Aber bezüglich der Bedingungen gesellschaftlicher und politischer Natur herrscht große Sorge. Dies zeigt sich gerade in den Befürchtungen einer stärkeren gesellschaftlicher Polarisierung und im Misstrauen gegenüber der Veränderungskraft unserer politischen Parteien. Auch aus diesem Befund heraus ist es an der Zeit, die Rahmenbedingungen für Familienunternehmen radikal zu verbessern.“

Das Team um Prof. Reinhard Prügl hat diesmal deutschlandweit 440 Vertreter der nächsten Unternehmergegeneration zu ihren Einstellungen befragt; sie sind im Alter zwischen 16 und 40 Jahren. Vorbild



für die Umfrage sind auch die Shell-Jugendstudien, deren Mitautor Prof. Mathias Albert diesmal dem Autorenteam angehört hat.

Unter den Herausforderungen, denen sie sich zu stellen haben, nennen die Next Gens zuvorderst die Erbschaftsteuer (75 Prozent). Die Weiterführung des Unternehmens werde durch hohe Steuern erschwert. Weitere Herausforderungen: Der Fachkräftemangel und die schwierige Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Rolle als Unternehmenslenker.

Neue Akzente bei Innovation, Nachhaltigkeit und Führungskultur

Als Chance sehen es die Nachfolger an, im Unternehmen neue Akzente setzen zu können. Innovationen und Nachhaltigkeit spielen eine sehr große Rolle, auch die Mitarbeiterbindung, neue Organisationsstrukturen und eine andere Führungskultur. Ein wichtiges Ergebnis: Die Vorbereitung auf die Nachfolge läuft zunehmend professionell ab, und zwar abhängig von der Größe des Unternehmens. Die Vielfalt an Nachfolgemodellen wird größer.

» Download Studie „Deutschlands nächste Unternehmergegeneration“

Die gemeinnützige **Stiftung Familienunternehmen** ist der bedeutendste Förderer wissenschaftlicher Forschung zum Thema Familienunternehmen. Sie ist Ansprechpartner für Politik und Medien in wirtschaftspolitischen, rechtlichen und steuerlichen Fragestellungen. Die 2002 gegründete Stiftung wird mittlerweile getragen von über 500 Firmen aus dem Kreis der größeren deutschen Familienunternehmen.

Weitere Informationen:

Cornelia Knust

Leiterin Kommunikation

Stiftung Familienunternehmen
Prinzregentenstraße 50
D-80538 München

Tel.: +49 (0) 89 / 12 76 40 00 6

Mobil: +49 (0) 172 / 70 23 689

knust@familienunternehmen.de

www.familienunternehmen.de

 [@Stiftung Familienunternehmen](#)

 [@StiftungFamUnt](#)

 [stiftung_familienunternehmen](#)

 [Anmeldung Stiftungs-Briefing](#)