

“Der technologische Fortschritt ist ein Schlüsselfaktor für künftiges Wachstum”

Author : Haaß

Das Center for Family Business an der Universität St. Gallen hat die globale Struktur der 500 größten Familienunternehmen untersucht. Im Interview erklärt der Forscher Josh Hsueh, warum deutsche Unternehmen stärker denn je im Ranking vertreten sind und wo sie noch Nachholbedarf haben.

Unternehmeredition: Deutschland stellt noch mehr der weltweit größten Familienunternehmen als vor zwei Jahren. Ist dieses Unternehmensmodell hierzulande noch wichtiger geworden, als es sowieso schon war?

Josh Wei-Jun Hsueh: Im Vergleich zu ausländischen Unternehmen, die sich noch immer auf die traditionelle verbraucherbezogene Industrie konzentrieren, befinden sich die meisten deutschen Unternehmen, und hierbei insbesondere neue deutsche Unternehmen, in der technologiebasierten Industrie wie beispielsweise der fortgeschrittenen Fertigungs- und Telekommunikationsindustrie. Die Fähigkeit deutscher Unternehmen, sich schnell an Umweltveränderungen anzupassen, ist wahrscheinlich einer der Schlüsselfaktoren für ihren heutigen Erfolg.

Was ist der Grund dafür, dass neue große Familienunternehmen jünger, kleiner und öfter börsennotiert sind als früher?

Dies liegt wahrscheinlich daran, dass die technologische Bewegung Familienunternehmen zu mehr Unternehmergeist veranlasst hat. Entrepreneurship neigt dazu, tendenziell jüngere Generationen anzuregen, die kreativ sein, in weniger hierarchischen Organisationsstrukturen arbeiten und mehr in Forschung und Entwicklung investieren wollen. Für Letzteres reicht das interne Kapital möglicherweise nicht aus, sodass Crowdfunding notwendig ist.

Es gibt eine starke Tendenz zu nicht-familiären Führungsstrukturen. Wird sich diese Entwicklung fortsetzen oder kann sich das auch wieder umkehren?

Wir konnten tatsächlich die Tendenz feststellen, dass größere Familienunternehmen die Positionen Vorstand und CEO eher mit nicht-familiären Führungskräften besetzen. Aufgrund einer komplexen Organisationsstruktur und der vielschichtigen Entscheidungsprozesse sehen sich größere Familienunternehmen dazu veranlasst, sich auf Nicht-Familienmitglieder zu verlassen, die unterschiedliche fachliche Kenntnisse ins Unternehmen einbringen. So kann das bestehende Fachwissen der Familienmitglieder ergänzt werden.

Es gibt einen Wandel hin zu mehr technologiebasierten Geschäftsmodellen, was den wirtschaftlichen Megatrends entspricht. Müssen Familienunternehmen ihre Geschäftsmodelle weiter anpassen?

Ja, das ist die große Entwicklung, die wir zwischen 2017 und 2019 beobachten können. Insbesondere gibt es einen deutlichen Anstieg an Familienunternehmen, vor allem deutscher Unternehmen, die ihr Geschäft in der technologiebezogenen Industrie einschließlich der fortgeschrittenen Fertigung und Mobilität aufnehmen. Stattdessen gibt es einen deutlichen Rückgang an Familienunternehmen in der Konsumgüter- und Finanzdienstleistungsbranche. Dies deutet darauf hin, dass der technologische Fortschritt ein potenzieller Schlüsselfaktor für das künftige Wachstum von Familienunternehmen ist.

In welcher Hinsicht sollte die Regierung ihre Familienunternehmen unterstützen, um das Modell des Hidden Champions zu fördern?

Die Regierung könnte wahrscheinlich zwei Ansätze verfolgen. Einer davon ist die Unterstützung von Familienunternehmen bei der Weiterentwicklung ihrer Technologie, um bei globalen Trends Schritt zu halten. Die Unterstützung kann sich auf den Schutz des geistigen Eigentums oder die Steuergutschrift für die F&E-Investitionen beziehen. Eine weitere Förderung betrifft die Diversity-Praktiken von Familienunternehmen. Wir waren überrascht, dass sowohl globale als auch deutsche Familienunternehmen über weniger weibliche

Geschäftsführer und CEOs verfügen als erwartet.

Zur Person

© Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen KMU-HSG

Dr. Josh Wei-Jun Hsueh ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Center for Family Business der Universität St.Gallen (CFB-HSG), Schweiz. Seine Forschungsschwerpunkte sind Familienunternehmen und Unternehmertum. Außerdem ist er Chefredakteur des Newsletters der Entrepreneurship Division der Academy of Management.

www.cfb.unisg.ch