

Family Office als Instrument für die wirtschaftliche Bestandssicherung von Unternehmerfamilien

Kurzfassung der Ergebnisse einer Studie zur Untersuchung der Erwartungen und bisherigen Erfahrungen tatsächlicher und potenzieller Nachfrager nach Dienstleistungen eines Family Office

Durchgeführt von Prof. Dr. André Schmidt (Universität Witten/Herdecke) unter Mitwirkung des Düsseldorfer Family Office WSH im Sommer 2013

I. Ziele der Befragung

Die Forschung über die Rolle von Family Offices zur wirtschaftlichen Bestandssicherung von Unternehmerfamilien ist sowohl in Deutschland als auch auf internationaler Ebene noch sehr wenig entwickelt. Einem ständig wachsenden, heterogenen und intransparenten Anbietermarkt an Family Office Dienstleistungen stehen unterschiedliche individuelle Bedürfnisse potenzieller Nachfrager gegenüber. Vor diesem Hintergrund hat der Lehrstuhl für Makroökonomik und Internationale Wirtschaft an der Universität Witten/Herdecke gemeinsam mit dem Düsseldorfer Family Office WSH ein Forschungsprojekt initiiert, um den Kenntnisstand und die Erwartungen deutscher Unternehmerfamilien im Zusammenhang mit Family Office Dienstleistungsangeboten zu erfassen. Um die individuellen Bedürfnisstrukturen möglichst realitätsnah abzubilden, wurde eine Befragung von Familienunternehmern und -unternehmerinnen in Deutschland durchgeführt, mit deren Hilfe ein besseres Bild über die tatsächlichen und potenziellen Nachfrager entwickelt werden soll.

Insgesamt wurden über 600 Familienunternehmer und -unternehmerinnen, deren Unternehmen einen Jahresumsatz von mindestens 50 Millionen Euro verzeichnen, per Fragebogen kontaktiert. Die Rückläufe geben wichtige Einblicke in die Fragen, wie Family Office Dienstleistungen in Deutschland aus der Sicht tatsächlicher und potenzieller Nachfrager wahrgenommen und beurteilt werden. Darüber hinaus liefert sie wichtige Hinweise über die Erwartungen, die an ein Family Office und dessen Angebotsspektrum aus der Sicht der Nachfrager bestehen.

II. Wichtigste Ergebnisse im Überblick

a) Family Office – Das unbekannte Wesen

Auch wenn in den letzten Jahren der Markt für Family Office Dienstleistungen hohe Zuwachsraten zu verzeichnen hatte, so ist im Rahmen der Befragung der

Familienunternehmer und -unternehmerinnen immer noch eine große Skepsis gegenüber Family Office Dienstleistungen zu konstatieren. Von den Befragten gaben nur knapp 7,5 % an, bereits ihre Vermögenssteuerung einem Family Office übertragen oder eines selbst gegründet zu haben. 83 % der Befragten gaben an, ihre Vermögenssteuerung durch traditionelle Institutionen und Instrumente zu realisieren. In diesem Zusammenhang ist daher auch wenig überraschend, dass knapp 91 % aller Befragten angaben, noch niemals in der Vergangenheit Erfahrungen mit Family Office Angeboten gesammelt haben.

b) Die Steuerung des Privatvermögens ist primär Privatangelegenheit

Für 60 % der Familienunternehmer und -unternehmerinnen hat das Privatvermögen im Vergleich zum Firmenvermögen eine sehr hohe bzw. hohe Bedeutung. Obwohl die meisten Unternehmer und Unternehmerinnen die Vorteile der Arbeitsteilung und Spezialisierung in ihrem Unternehmensalltag zu schätzen wissen, bleibt die Steuerung des Privatvermögens in der Hauptsache eine Privatangelegenheit. So gaben 79,2 % der Befragten an, dass sie ihr Privatvermögen hauptsächlich selbst steuern. Allenfalls wird bei der Steuerung des Privatvermögens der Rat verschiedener Banken (30,2%) oder der Rat der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer (15,1%) hinzugezogen. Danach folgen die Vermögenssteuerung durch Mitarbeiter im Unternehmen, durch Vermögensberater oder durch die Hausbank. Als Grund für die Selbststeuerung gab der Großteil der Befragten das geringe Vertrauen gegenüber Banken und Vermögensverwaltern an. Gerade die letzten Jahre der Finanzkrise seien hierfür ausschlaggebend gewesen. Sie sehen jedoch bislang keine Alternative zu den klassischen Finanzdienstleistern. Dies ist zum einen auf die geringen Kenntnisse über potenzielle Alternativen der Privatvermögenssteuerung gegenüber den Banken sowie auf die Zersplitterung des Anbietermarktes zurückzuführen. Zum anderen ist es den Family Offices noch nicht gelungen, ihre Vorteile, wie Unabhängigkeit, Interessenkonfliktfreiheit und Ganzheitlichkeit der Vermögenssteuerung gegenüber den Zielgruppe der Unternehmerfamilien zu platzieren und somit das Interesse potenzieller Kunden zu wecken.

c) Risikominimierung und Diversifikationsoptimierung als Allokationsprinzipien

Fragt man nach den verfolgten Allokationsprinzipien bei der Anlageentscheidung des Privatvermögens, so wird diese von den Prinzipien der Risikominimierung und Diversifikationsoptimierung dominiert. Beide Prinzipien werden dabei als gleich wichtig angesehen. Obwohl mehr als 75 % der Befragten mit ihrer Steuerung des Privatvermögens zufrieden oder gar sehr zufrieden sind, ist die Zufriedenheit bei der

Umsetzung weniger eindeutig. Nur 6 % der Befragten schätzten ihre Allokationsprinzipien als sehr erfolgreich umgesetzt ein.

d) Die Berücksichtigung der Besonderheiten eines Familienunternehmens als wichtigste Eigenschaft eines Family Offices

Im Rahmen der Befragung wurde auch gefragt, welche Eigenschaften einem Family Office insgesamt zugeschrieben werden. Hierbei wird deutlich, dass insbesondere die Kenntnisse über die Besonderheiten eines Familienunternehmens und deren Berücksichtigung als die wichtigste Eigenschaft eines Family Office genannt wurden. Die häufigsten Antworten bezogen sich auf die Berücksichtigung der Familiensituation (60,4%), sowie der Unterstützung der Familienstrategie (49 %). Bezüglich der Vermögenssteuerung wurde als wichtigste Eigenschaften die Ganzheitlichkeit und Unabhängigkeit genannt. Andere Eigenschaften, wie beispielsweise unabhängiges Controlling, Transparenz oder gar Fairness bei der Steuerung des Privatvermögens, wurden nur von weniger als einem Drittel der Befragten genannt. Family Offices werden daher primär vor allem in ihrer Rolle als Dienstleister für Familienunternehmen wahrgenommen. Die Fragen nach der Steuerung des Familienvermögens spielen hierbei offensichtlich nur eine untergeordnete Rolle. Fragt man die Familienunternehmer, welche Konfliktpotenziale sie in ihrem Familienunternehmen als relevant erachten, so wird der Aufbau und die Steuerung des Familienvermögens am wenigsten genannt. Priorisiert werden dagegen die Fragen der Nachfolge, der Interessenharmonisierung zwischen den Familienmitgliedern und die Trennung zwischen Familie und Unternehmen.

e) Interessenkonfliktfreiheit und Unabhängigkeit als wichtigste Leistungen eines Family Office

Die Unabhängigkeit und Interessenkonfliktfreiheit einschließlich der Transparenz werden von den Befragten als die wichtigsten Leistungen eines Family Office priorisiert. Interessanterweise wird jedoch der Verzicht auf den Vertrieb von Eigenprodukten sowie auf Provisionen als nicht so wichtig von den Befragten eingeschätzt. Dies bedeutet, dass Interessenkonfliktfreiheit und Unabhängigkeit als Werte an sich entsprechend hoch gewichtet werden, wie jedoch die Realisierung dieser Werte in der Praxis glaubwürdig signalisiert werden kann, darüber gibt es aus der Sicht der Nachfrager kein einheitliches Bild. Ein ähnlich uneinheitliches Bild ergibt sich bezüglich der Priorisierung der Leistungen im Rahmen der Familienberatung und -betreuung. Obwohl die überwiegende Mehrheit der Befragten die Leistungen eines Family Offices mit den Besonderheiten eines Familienunternehmens in Verbindung bringen, sahen nur

20,7 % der Befragten die Leistungen im Bereich Familienbetreuung und -beratung als besonders wichtig an. Überraschend ist auch, dass nur ein Drittel der Befragten Controlling- und Reportingleistungen als sehr wichtig ansehen. Auch die Kosteneffizienz wurde von vielen der Befragten als wichtig aber nur von sehr wenigen (15,1%) als sehr wichtig angesehen. Dies scheint darauf hinzudeuten, dass bei der Beurteilung von Family Office Kostenaspekte zwar einen wichtigen Einfluss haben, aber nicht als überragend priorisiert werden.

f) Attraktivität der Leistungen eines Family Office

Nach wie vor sind in Deutschland Family Office Leistungen noch wenig im Bewusstsein der Familienunternehmer und -unternehmerinnen verankert. So haben 57 % der Befragten noch nie über die Nutzung oder gar Gründung eines Family Office nachgedacht. Nur 17 % gaben an, dass sie schon öfter darüber nachgedacht haben und 11,3 % haben in letzter Zeit vermehrt darüber nachgedacht.

Bei den Auswahlkriterien, nach denen man ein Family Office auswählen würde, gibt es eine klare Dominanz für Referenzen und Empfehlungen auf der Basis von Freunden und Geschäftspartnern. Persönliches Verhältnis und Performancekriterien werden an zweiter und dritter Stelle genannt. Keine Rolle spielt dagegen die Größe des Family Office. Dies indiziert, dass für die Attraktivität von Family Office Leistungen aus der Sicht der Anbieter vor allem die Ausnutzung von Netzwerkeffekten von überragender Bedeutung ist.

III. Fazit

Aus der Befragung lassen sich folgende Ergebnisse ableiten:

1. Das Leistungsangebot eines Family Office ist in Deutschland nach wie vor wenig bekannt. Insbesondere wird die Rolle, die ein Family Office beim Aufbau und der Steuerung des Privatvermögens einnehmen kann, nicht in seiner ganzen Bandbreite wahrgenommen. Vielmehr dominiert in der Öffentlichkeit die Vorstellung, dass ein Family Office seine Kompetenzen primär in der Unterstützung der Familienstrategie und der Berücksichtigung der Familiensituation nutzen kann.
2. Die Steuerung des Privatvermögens erfolgt bei den meisten Familienunternehmen immer noch in Eigenregie unter Zuhilfenahme der Beratung verschiedener Banken und Wirtschafts- und Steuerberatern. Einige

Indikatoren deuten darauf hin, dass die Ursache für den hohen Anteil der Selbststeuerung des Privatvermögens in dem geringen Vertrauen gegenüber anderen Institutionen (Banken, Vermögensberatern etc.) zu sehen ist. Daher ist es überraschend, dass auch Family Offices hier nur eine untergeordnete Bedeutung einnehmen. Dies mag zum einen daran liegen, dass das Leistungsangebot von Family Offices nicht hinreichend bekannt ist. Insbesondere die Möglichkeit, sein eigenes Vermögen professionell und transparent in Eigenregie mit einem Multi-Family-Office zu managen, ist nicht im Bewusstsein der Familienunternehmer und -unternehmerinnen verankert. Zum anderen gehen viele Familienunternehmer offensichtlich davon aus, dass der Betrag ihres Privatvermögens zu gering sei, als dass man dessen Steuerung einem Family Office überträgt. Für die Family Offices bedeutet dies, dass es interessant sein könnte, attraktive Angebote auch für die Steuerung „kleiner“ Privatvermögen anzubieten.

3. Interessenkonfliktfreiheit und Unabhängigkeit werden als die wichtigsten Leistungen eines Family Office von den Probanden priorisiert. Allerdings bestehen auf Seiten der Nachfrager keine klaren Vorstellungen, mit Hilfe welcher Angebotsstrukturen und Regelungen, diese Eigenschaften glaubwürdig am Markt signalisiert werden können. Dem Verzicht auf den Vertrieb von Eigenprodukten und von Provisionseinnahmen wird von Seiten der Nachfrager nur eine geringere Bedeutung zugemessen.
4. Family Offices bieten ein Vertrauensgut an. Das wichtigste Auswahlkriterium, nach denen potenzielle Kunden ein Family Office auswählen würden, sind Empfehlungen und Referenzen von Freunden und Geschäftspartnern. Das persönliche Verhältnis wird dabei als der wichtigste Transfermechanismus der Vertrauenseigenschaften angesehen.

Prof. Dr. André Schmidt
27. Oktober 2013