

Familienunternehmen im Visier

Lange waren Familienunternehmen in der Hochschullandschaft Schweiz nur am Rande ein Thema. Mit dem «Center for Family Business» hat sich dies geändert.

von Prof. Dr. Urs Fueglistaller (*)

Die Zahlen sind beachtlich: Von den gut dreihunderttausend Unternehmen in der Schweiz sind 88 Prozent Familienunternehmen. Dieser hohe Anteil wurde zwar lange vermutet, aber erst vor kurzem zum ersten Mal dank eines Forschungsprojekts des Centers for Family Business (CFB-HSG) für die Schweiz bestätigt.

Die Bedeutung der Familienunternehmen hat sich nicht proportional in die wissenschaftliche Forschung niedergeschlagen, nur relativ wenige Forscherinnen und Forscher in der Schweiz haben sich denn auch dem Thema angenommen.

Neues Center gegründet

Aus diesem Grund wurde an der Universität St. Gallen (HSG) das «Center for Family Business» ins Leben gerufen. Als «Center» stellt es eine Querschnittsfunktion über verschiedene Institute und Forschungseinheiten der HSG dar. Damit wird sichergestellt, dass das Thema eine ansprechende Behandlung über die Grenzen und Forschungsbereiche der einzelnen Mitwirkenden bekommt. Ziel der «Center» an der HSG ist es, das ihnen gestellte Thema in Forschung, Lehre und Weiterbildung integrativ und über die Universitätsgrenzen hinaus zu behandeln. Im Fall der Forschung des CFB-HSG sind insbesondere über drei bisher bereits erzielte Resultate zu berichten.

Einerseits wurde die erste Grundlagenstudie für die Familienunternehmen in der Schweiz erstellt. In ihr wurde die quantitative Bedeutung untersucht sowie bestimmte demogra-

phische Gruppenmerkmale der Familienunternehmen aufgezeigt, wie beispielsweise ihr Alter, die Struktur ihrer Eigentümer oder die Art und Weise der Besetzung der Aufsichtsgremien (Verwaltungsrat).

Erste Forschungsergebnisse

Eine zweite Untersuchung widmete sich der Bedeutung der börsenkotierten (also meist grossen) Familienunternehmen in der Schweiz. Es zeigte sich, dass diese über einen Untersuchungszeitraum von zehn Jahren besser rentieren als die Unternehmen ohne Familiencharakter. Die Begründung liegt bei der langfristigen Optik der Familienunternehmen. Diese schauen bei ihren Renditeüberlegungen weniger stark auf Quartalsberichte, sondern sehen sich in der strategischen Lage, über einen weiten Zeitraum hinaus zu planen.

Eine dritte Untersuchung des CFB-HSG widmete sich der Nachfolgefrage in Familienunternehmen. Die Wichtigkeit des Themas wurde von Anbeginn vermutet, empirisch hinterlegte Fakten fehlten aber lange. Mittlerweile ist nun dank der breit abgestützten und als repräsentativ zu beurteilenden Studie bekannt, dass in der Schweiz in den nächsten fünf Jahren etwa 60 000 Unternehmen vor einer Nachfolgefrage stehen und etwa 450 000 Beschäftigte direkt oder indirekt davon betroffen sein werden.

Jedes «Center» der HSG ist als Stammsitz einem einzelnen Institut der HSG angesiedelt. Im Falle des «Center for Family Business» ist es das Schweizerische Institut für Klein- und Mittelunternehmen an der Universität St. Gallen (KMU-HSG).

(*) Urs Fueglistaller ist geschäftsführender Direktor des Schweizerischen Instituts für Klein- und Mittelunternehmen (KMU-HSG) an der Uni St. Gallen sowie am Center for Family Business (CFB-HSG) St. Gallen.

(www.kmu.unisg.ch, Urs.Fueglistaller@unisg.ch)