



Medienmitteilung

Umfrage von LGT und EY: 60 Prozent der Familienunternehmen haben Übergabe noch nicht geregelt

Laut einer aktuellen Studie des Market Institut im Auftrag der LGT Bank Österreich und EY Österreich verläuft der Einstieg von Familienmitgliedern in Familienunternehmen nicht immer reibungslos. Gemischte Teams, klare Kommunikation und eine gut geplante Übergabe sind entscheidende Erfolgsfaktoren.

Laut letzter Datenerhebung der KMU-Forschung Österreich gibt es rund 157.000 Familienunternehmen in Österreich. Diese beschäftigen mehr als 1,8 Millionen Erwerbstätige und erwirtschaften Umsätze in der Höhe von rund 414,1 Milliarden Euro. In der aktuellen Studie des Market Institut im Auftrag der LGT Bank Österreich und der Prüfungs- und Beratungsorganisation EY wurde mittels Interviews mit Mitgliedern der Eigentümerfamilien aus unterschiedlichen Generationen erhoben, ob und welche Nachfolgeregelungen in heimischen Familienbetrieben bestehen. Meinhard Platzer, CEO LGT Bank Österreich: „Österreich ist ein Unternehmer-Land. Über 50 Prozent aller Unternehmen sind familiengeführt, zwei Drittel der Mittelständischen sind in Stiftungen eingebracht, daher wollen wir selbst als familiengeführtes Unternehmen die Bedürfnisse dieser Gruppe besonders gut verstehen.“

Erich Lehner, Managing Partner Markets und Verantwortlicher für Familienunternehmen bei EY Österreich: „Familienunternehmen sind ein ganz wesentlicher Wirtschaftsmotor in Österreich und bilden das Rückgrat unserer Wirtschaft. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Phasen wie der Pandemie sind Familienunternehmen mit ihrem langfristigen Denken, viel Weitblick und einer guten Balance aus Tradition und Innovation essenzielle Eckpfeiler. Die erfolgreiche Übergabe des Betriebs an die nächste Generation ist daher nicht nur für die Unternehmen selbst, sondern für den gesamten Wirtschaftsstandort notwendig“

Bei 60 Prozent der Familienunternehmen ist Übergabe noch nicht geregelt

Trotz der großen wirtschaftlichen Bedeutung von Familienunternehmen haben sich diese mehrheitlich noch nicht mit der Übergabe ihrer Unternehmen beschäftigt. Laut aktueller Studie geben 60 Prozent der derzeitigen Führungsgeneration an, dass die Übergabe noch nicht geregelt ist. Beide Generationen erachten eine gemeinsame Übergangsphase sowie ein gemischtes Führungsteam aus internen und externen Mitarbeitern als sinnvoll. Sowohl die Führungsgeneration (71 %) wie auch die Nachfolgenergeneration (76 %) empfinden einen reibungslosen Übergang als einen guten Ansatz., Trotzdem wird der konkrete Übergang aktuell noch zu wenig geplant. Daher überrascht es wenig, dass beachtliche 75 Prozent der Befragten nicht mit dem Einsatz einer Familienverfassung vertraut sind. Nur bei einem Fünftel der teilnehmenden Unternehmen ist eine solche im Einsatz. Platzer: „Der Stellenwert der Nachfolgeplanung für den nachhaltigen Unternehmenserfolg wird aktuell noch unterschätzt. Wir gehen jedoch davon aus, dass jene

Unternehmen mit klarer Nachfolgeregelung und Strategie sowie einer ausformulierten Family Governance von dieser Schlagkraft noch stärker profitieren.“

48 Prozent der Befragten mussten selbst Einstiegshürden überwinden

Darüber hinaus verlief und verläuft der Einstieg von Familienmitgliedern ins Unternehmen nicht immer reibungslos. Die derzeitige Führungsgeneration hatte mit einer „Junior-Chef-Wahrnehmung“ (20 %), fehlender Akzeptanz (18 %) oder „fehlendem unternehmensinternen Know-how“ (11 %) zu kämpfen. Für 74 Prozent der befragten Mitglieder aus der Führungsgeneration wäre die Vermeidung dieser Hürden dennoch nicht möglich gewesen. Deutlich besser ergeht es der Nachfolgegeneration. Hier mussten und müssen nur 48 Prozent Hürden überwinden. Aber auch diese kämpft mit einer Junior-Chef-Wahrnehmung (58 %). 62 Prozent der Unternehmen haben hier aber aktiv Maßnahmen wie Mentoring und Coaching gesetzt, um der Nachfolgegeneration den Einstieg zu erleichtern.

Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Übergabe

Eine essentielle Voraussetzung für den Einstieg in das Familienunternehmen ist bei beiden Generationen der klare Wille Unternehmer sein zu wollen. 38 Prozent der aktuellen Führungsgeneration und sogar 52 Prozent der Nachfolgegeneration sehen das so. Für die Nachfolgegeneration ist zudem wichtig, dass sie ein Unternehmen übernehmen, das eine Zukunftsperspektive hat (48 %), und dass der Übergabezeitpunkt vor großen Veränderungen in der Unternehmensausrichtung liegt (48 %). „Familienunternehmen stehen aktuell auch vor der zentralen Herausforderung, strategisch die Weichen in Richtung Zukunft zu stellen. Die wesentlichen Treiber sind dabei Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Insbesondere aus Sicht der Nachfolgegeneration sind diese Veränderungen in der Unternehmensausrichtung ein guter Anlass, die Übergabe einzuleiten und gemeinsam generationenübergreifend und mit Einbeziehung von Externen an der Weiterentwicklung oder Neuausrichtung des Geschäftsmodells zu arbeiten“, so Erich Lehner.

Große Unterschiede ergeben sich bei den Qualifikationen. Während der Nachfolgegeneration eine breite Ausbildung (40 %) als wichtig erachtet, so ist das nur für 13 Prozent der Führungsgeneration wichtig. Diese sieht besonders das vorhandene Interesse an der Branche (24 %) als entscheidenden Faktor an. Beide Gruppen erkennen aber die Wichtigkeit, das eigene Unternehmen von Grund auf kennen zu lernen. Während sich 80 Prozent der Nachfolgegeneration eine frühe Einbindung wünscht, so sieht das nur 40 Prozent der derzeitigen Führungsgeneration so. Zudem wäre der Nachfolgegeneration eine klare Kommunikation (44 %) sowie eine strikte Trennung von Familie und Unternehmen (28 %) wichtig. Auch wünscht sich die Nachfolgegeneration gemeinsame Gespräche und einen regelmäßigen Austausch (56 %). Bei der aktuellen Führungsgeneration ist das nur 18 Prozent wichtig. Überraschend ist, dass ein sofortigen Rückzug der Vorgängergeneration für 68 Prozent der Befragten aus der Nachfolgegeneration nicht in Frage kommt. Lehner: „Wie man bei der Übergabe Konflikte erfolgreich vermeidet, sind sich beide Generationen einig: Was zählt ist eine frühzeitige Einbindung und klare Kommunikation. Während aber nur 38 Prozent der aktuellen Führungsgeneration konkrete Aufgabenverteilung

als wichtig erachtet, so würden sich 48 Prozent der Befragten aus der Nachfolgegeneration eine solche wünschen.“

Die aktuelle Studie zeigt deutlich, dass Familienunternehmen vollen Einsatz erfordern. Grund: Das geschäftliche Leben hat großen Einfluss auf das Privatleben der Familienmitglieder. Die Unternehmensagenden haben bei der derzeitigen Führungsgeneration (67 %), aber auch bei der Nachfolgegeneration (66 %) einen Einfluss auf den Familienalltag.

LGT Bank Österreich

Die LGT Bank Österreich ist Teil der LGT Gruppe, einer führenden internationalen Private Banking und Asset Management Gruppe, die sich seit über 90 Jahren im Besitz der Fürstenfamilie von Liechtenstein befindet. Per 30.06.2020 verwaltete die LGT Vermögenswerte von CHF 218.7 Milliarden (USD 230.8 Milliarden) für vermögende Privatkunden und institutionelle Anleger. Die LGT beschäftigt über 3700 Mitarbeitende an mehr als 20 Standorten in Europa, Asien, Amerika und dem Mittleren Osten. www.lgt.com

EY im Überblick

EY ist eine der führenden Prüfungs- und Beratungsorganisationen in Österreich. Das Unternehmen beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter:innen an vier Standorten und erzielte im Geschäftsjahr 2019/2020 einen Umsatz von 157 Millionen Euro. Gemeinsam mit den insgesamt rund 300.000 Mitarbeiter:innen der internationalen EY-Organisation betreut EY Kund:innen überall auf der Welt. EY bietet sowohl großen als auch mittelständischen Unternehmen ein umfangreiches Portfolio von Dienstleistungen an: Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung sowie Transaktionsberatung und Managementberatung.*

Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com/at

**Der Name EY bezieht sich in diesem Profil auf alle österreichischen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG), einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht. Jedes EYG Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen.*

Ihre Ansprechpartner

Katharina Lipinsky
Head Corporate Development und Marketing
Tel. +43 1 227 59 6776
katharina.lipinsky@lgt.com

Christof Buri
Head Group Marketing & Communications
Tel. +423 235 23 03
lgt.media@lgt.com

Florian Haas
Head of Communications
Tel.: +43 1 211 70 1156
E-Mail: florian.haas@at.ey.com

Susanne Hudelist
ikp Wien
Tel. +43 1 524 77 90 19
E-Mail: ey@ikp.at