

... und die Arbeitgeber in Deutschland

—
„Wie das kleine gallische Dorf“

Wie hoch ist das Vertrauen in die deutsche Wirtschaft? Wer ist Botschafter für die Unternehmen, mit welcher Wirkung? Diese Fragen führen zurück in die Jahre 2008 und 2009, als die globale Banken- und Finanzkrise aus den USA nach Westeuropa schwappte. Die geplatzte Immobilienblase und die hohe Verschuldung der öffentlichen Haushalte in einigen europäischen Staaten wurden zu einem hochexplosiven Gemisch, das die Realwirtschaft in den Abgrund zog. In vielen Ländern kam es zu Produktionssenkungen

und Unternehmenszusammenbrüchen. Auch Deutschland befand sich zwischen Oktober 2008 und dem zweiten Quartal 2009 in einer Rezession.

Die Krise war Auslöser für die Frage, ob der Kapitalismus, ob die Marktwirtschaft als wirtschaftliche Grundordnung noch zeitgemäß ist oder ob sie durch eine bessere Alternative ersetzt werden sollte. Es war die Zeit, in der die Bewegung der Kapitalismuskritiker und Globalisierungsskeptiker ihren größten Zulauf hatte, beispielsweise beim „Protest-Camp“ der

Occupy-Bewegung vor der Europäischen Zentralbank in Frankfurt.

In der Folge wurde die Skepsis gegenüber unserer Wirtschaftsordnung weiter genährt. Nach der Finanzwirtschaft wurde nun auch das Wirken der deutschen Unternehmen kritisch beäugt. Ausschlaggebend dafür waren die in den Medien bekannt gemachten Fälle von Großunternehmen, die eigene Zeitarbeitsfirmen gründeten, um ehemalige fest angestellte Mitarbeiter mit niedrigeren Löhnen als Zeitarbeiter beschäftigen zu können. Berichtet wurde auch über Konzerne, die ihren Spitzenmanagern trotz schlechter Ergebnisse großzügige Boni gewährten. Der Ruf der Wirtschaft in der Öffentlichkeit hat dadurch immens gelitten.

Aber es gibt einen Lichtblick. Denn wenn man in unserem Land häufig von *der* deutschen Wirtschaft spricht, dann wird oftmals ein Unternehmertyp vergessen, der entscheidend für die Vitalität und Leistungsfähigkeit der Wirtschaftslandschaft in Deutschland ist: der Familienunternehmer. Er trotzt wie das kleine gallische Dorf inmitten der römischen Besatzung dem Mainstream der Konzerne, die aufgrund ihrer Größe und Markenmacht öffentlich stärker wahrgenommen werden. Dabei ist die Vielfalt der deutschen Wirtschaftslandschaft viel größer. Familienunternehmer bilden nach wie vor die entscheidende Wirtschaftsgruppe in Deutschland. Von der Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland sind rund sechzig Prozent in Familienunternehmen tätig. Achtzig Prozent der Ausbildungsplätze in unserem Land werden von Familienunternehmen angeboten. Familienunternehmer tragen mit 41 Prozent zum Gesamtumsatz der deutschen Wirtschaft bei.

WAS SAGEN DIE UMFRAGEN?

Den Familienunternehmen wird Vertrauen entgegengebracht. Umfragen zeigen das: Im Gegensatz zu Konzernen und Großunternehmen werden Familienunternehmen von sechzig Prozent der Befragten mit einer „verantwortungsvollen Unternehmensführung“ in Verbindung gebracht. Bei Konzernen und Großunternehmen sind dies lediglich fünfzehn Prozent, bei Start-up-Unternehmen sieben Prozent. Die übergroße Mehrheit der Deutschen schätzt Familienunternehmer als gute Arbeitgeber mit regionaler Verwurzelung und guten Arbeitsbedingungen ein. Ihr gesellschaftliches Engagement wird gelobt. Doch woher rührt das Vertrauen in die Familienunternehmen? Was bedeutet es, Familienunternehmer zu sein?

Familienunternehmer haben in der Regel einen direkten Bezug zu ihren Mitarbeitern. Durch flache Hierarchien, die die Familienunternehmen auszeichnen, ist der Eigentümer häufig mit einem Großteil seiner Belegschaft persönlich bekannt; die einzelnen Lebensumstände seiner Mitarbeiter kennt er genau. Das fördert das Vertrauen zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgeber. Gleichzeitig bieten flache Hierarchien im Unternehmen den Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Ideen direkt in die Entwicklung des Unternehmens einzubringen. Seine Verantwortung nimmt der Familienunternehmer darüber hinaus dadurch wahr, dass er nicht nur besonders innovativ bei der Entwicklung neuer Produkte ist, sondern immer wieder neue Wege im Engagement für seine Mitarbeiter geht: Angebote für Weiterbildung und Qualifikation, für die Gesundheit, für die Vereinbarkeit

von Familie und Beruf, etwa durch Teilzeit- und Home-Office-Arbeitsplätze oder einen Betriebskindergarten.

All das führt dazu, dass sich Mitarbeiter mit dem Unternehmen stärker identifizieren, eine höhere Motivation zeigen und sich Vertrauen aufbaut. Diese starke wechselseitige Beziehung führt dazu, dass Familienunternehmen besonders gut in der Lage sind, Krisenzeiten zu überstehen. In der Wirtschafts- und Finanzkrise haben Familienunternehmen ihre Mitarbeiter gehalten und von Massenentlassungen oder Standortverlagerungen ins Ausland abgesehen.

Familienunternehmer denken zudem an ihre künftigen Mitarbeiter. Sie haben früh erkannt, dass dem demografischen Wandel und dem Fachkräftemangel nur begegnet werden kann, wenn man sich rechtzeitig um potenzielle Mitarbeiter bemüht. So kooperieren sie mit Schulen und Hochschulen, um Schülern und Studierenden das eigene Unternehmen nahezubringen und das Interesse für Wirtschaft und Unternehmertum zu wecken. Vielversprechende Talente in den Hochschulen werden früh an das Unternehmen gebunden, oftmals indem man ihnen die Studiengebühren finanziert oder über Projektarbeiten.

stärkt. Darüber hinaus fungiert das Unternehmen nach außen als Aushängeschild der Region.

Das alles zeigt, wie Familienunternehmer Verantwortung übernehmen und Vertrauen aufbauen. Sie führen ihre Unternehmen eigenständig und haften im Gegensatz zum angestellten Manager mit ihrem Kapital. Es ist diese Einheit aus „Risiko“ und „Haftung“, die das Denken in Generationen ausmacht. Familienunternehmer denken langfristig und nicht an kurzfristige Gewinne; ihre Unternehmensstrategie ist dementsprechend nachhaltig und weniger risikobehaftet ausgelegt.

Familienunternehmer denken auch an die nächste Generation, denn sie wollen ihr Unternehmen als gesundes Unternehmen in die Hände ihrer Kinder geben. Dieses „Familienunternehmerprinzip“ kann die Antwort auf die Skepsis gegenüber unserer Wirtschaftsordnung sein. Die Familienunternehmer als stabilisierender Anker, der Vertrauen schafft. Die Familienunternehmer als Botschafter der sozialen Marktwirtschaft!

Lutz Goebel

*Geboren 1955 in Siegen, Präsident des Verbands
DIE FAMILIENUNTERNEHMER, Geschäftsführender
Gesellschafter der Henkelhausen GmbH & Co. KG*

STABILISIERENDE ANKER

Abgerundet wird die gesellschaftliche Verantwortung der Familienunternehmer durch ihr soziales und kulturelles Engagement in ihrer Heimatregion. Das Image des Unternehmens wird dadurch aufgewertet und die Bindung zwischen Unternehmen, Mitarbeitern und Kunden ge-