

Geleitwort von Prof. Dr. Henry Schäfer

Der wirtschaftliche Beitrag eigentümer- und familiengeführter Unternehmen steht in nichts der Leistungskraft und -stärke großer börsennotierter Publikumsgesellschaften nach. Der Wertbeitrag vollzieht sich bei beiden Unternehmensgruppen zudem über die reine Marktsphäre hinaus, berührt gesellschaftliche Bereiche und tangiert die natürliche Umwelt. Während in der internationalen Wahrnehmung, befruchtet z.B. durch Ratings der Unternehmensnachhaltigkeit bzw. Corporate Social Responsibility, weltweit operierenden börsenorientierten Publikumsgesellschaften eine hohe Aufmerksamkeit in den Medien, politischen Kreisen und bei Kapitalmarktakteuren zuteilwird, blieb der gesellschaftliche Beitrag gerade von deutschen und mittelständischen Familienunternehmen bislang noch wenig beachtet.

Durch sporadisch in den Medienberichterstattungen oder bei Preisverleihungen bekannt werdende Beschreibungen erfolgreicher Einzelleistungen von Familienunternehmen in Sachen Corporate Social Responsibility gewinnt man den Eindruck, dass diese Unternehmen ein sehr spezifisches Verständnis von Unternehmensverantwortung haben.

Familiengeführte Unternehmen sehen ihre sozialen, ökologischen und gesellschaftlichen Beiträge aber als Ausdruck eines Engagements, das über Corporate Social Responsibility hinausreicht. Es offenbart neben dem wirtschaftlichen auch den gesellschaftlichen Gestalter und Innovator: Der unternehmerische Gestaltungswille findet damit nicht nur im wirtschaftlichen, sondern zu einem erheblichen Teil auch im gesellschaftlichen Raum statt. Damit leben viele Familienunternehmen heute eine Form von sozialer Marktwirtschaft über staatliche Systemvorgaben hinaus. Ordnungspolitische Regulierungen dürften daher auch aus Sicht der Familiengeschafter eher als kontraproduktiv für das eigene gesellschaftliche Engagement eingeschätzt werden.

Wie die bisher vorliegenden empirischen Erhebungen zeigen, kommt dem Engagement deutscher Familienunternehmen für Gesellschaft, Regionen und einzelne Anspruchsgruppen (Stakeholder) eine hohe Bedeutung zu. Dabei ist die tagtägliche Praxis gelebter Unternehmensverantwortung von einem starken persönlichen und inneren Antrieb der Handelnden geprägt. Es zeigen sich Strukturbesonderheiten, die darauf schließen lassen, dass die Motivation von kleinen und mittleren Familienunternehmen im Vergleich zu großen signifikant unterschiedlich ist. Dabei wird üblicherweise die Grenze zwischen den Größenklassen bei 50 Mio. Euro Jahresumsatz gezogen.

Aus einer Stakeholder bezogenen Sicht zeigt sich, dass die kleinen und mittelgroßen Unternehmen vorzugsweise ihre Form von Corporate Social Responsibility auf ihre Kunden ausrichten, während bei den großen Familienunternehmen die eigene Belegschaft als präferierter Stakeholder im Vordergrund steht. Zudem werden insbesondere bei großen Familienunternehmen Maßnahmen zur Corporate Social Responsibility deutlich extrinsisch, also durch ökonomische Motive, gesteuert. Gerade diese ökonomische Motivation von gesellschaftlichem Engagement ist bei Familienunternehmen bisher kaum erforscht.

Die Dissertation von Friedrich Völker stellt mit dem gewählten empirisch-methodischen Vorgehen einen neuartigen, innovativen und eigenständigen Beitrag zu bisherigen Arbeiten auf den Gebieten der empirischen Analyse von Corporate Social Responsibility und Familienunternehmen dar. Sie liefert darüber hinaus auch bisher nicht vorhandene Erkenntnisse zur theoretischen Begründung einer unternehmensgezogenen Umsetzung des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung, auf die zukünftige Arbeiten aufsetzen können.

Die Erkenntnisse sind ebenfalls geeignet, die praktische Auseinandersetzung mit den vorgenannten Bereichen zu befruchten, indem sie neue und vertiefende Impulse für Entscheidungsträger in (Familien-) Unternehmen setzen.

Stuttgart, im Juli 2014

Univ.-Prof. Dr. Henry Schäfer

Geleitwort von Prof. Dr. Dr. h.c. Brun-Hagen Hennerkes

Familienunternehmen bilden das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Ihre Bedeutung zeigt sich nicht nur in volkswirtschaftlichen Zahlen, sondern gerade auch in ihrem breit gefächerten gesellschaftlichen Engagement. Gleichwohl ist die „Corporate Social Responsibility“ (CSR) der deutschen Familienunternehmen bislang kaum Gegenstand der öffentlichen Betrachtung gewesen. Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema CSR hat ihre Ursprünge in den USA, deren Unternehmensverständnis von einem starken Kapitalmarktbezug und einem anonymen Anteilseignerkreis gekennzeichnet ist.

Dementsprechend liegt das Hauptaugenmerk der öffentlichen Wahrnehmung und wissenschaftlichen Forschung auch in Deutschland nach wie vor stärker auf dem gesellschaftlichen Engagement der großen anonymen Publikumsgesellschaften.

Dies verwundert auf den ersten Blick, weil hierzulande bereits lange zuvor ein spezifisch unternehmerisches Verantwortungsbewusstsein bestand – man denke nur an das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns, das sich bereits im Mittelalter herausgebildet hat und das als Vorbild in das Gedankengut der Sozialen Marktwirtschaft eingeflossen ist.

Aufgrund ihres besonders verantwortungsbewussten Handelns sind – insbesondere im Rahmen der Aufarbeitung der Finanzkrise – die deutschen Familienunternehmen dann zunehmend in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt. Sogar der englische „The Economist“ hat diesen Unternehmenstypus als Muster für nachhaltig erfolgreiches Wirtschaften entdeckt (siehe Ausgabe 15.-21. April 2013, Special Report Germany, S. 11ff.).

Die wirtschaftswissenschaftliche Forschung konnte allerdings bislang nicht abschließend klären, ob Familienunternehmen tatsächlich nachweislich nachhaltiger und verantwortungsbewusster wirtschaften als

andere Akteure, insbesondere große anonyme Publikumsgesellschaften. Auch ist nicht geklärt, inwieweit derartige Maßnahmen tatsächlich einen spürbaren wirtschaftlichen Nutzen bringen.

So ist es besonders verdienstvoll, dass Friedrich Völker in seiner Dissertation das gesellschaftliche Verantwortungsbewusstsein deutscher Familienunternehmen im Hinblick auf einen wesentlichen Aspekt, den Investitionscharakter von CSR-Maßnahmen, eingehend untersucht. Die Besonderheit der Arbeit liegt dabei insbesondere in ihrem empirischen Teil. Vergleichbare empirische Forschungsbeiträge zur Corporate Social Responsibility deutscher Familienunternehmen finden sich bislang kaum.

Die Befunde und Erkenntnisse des Verfassers sind nicht nur für die Forschung, sondern auch praktisch von hoher Relevanz und verdienen es, von der Unternehmenspraxis bei Überlegungen zu Investitionen in CSR-Maßnahmen berücksichtigt zu werden. Das gilt insbesondere für die Teile der Arbeit, die über den Rahmen der üblichen CSR-Debatte hinausgehen und aus denen sich strategische Handlungsempfehlungen für die Geschäftsleitung ableiten lassen. Ich wünsche der Arbeit von Herrn Völker darum eine hohe Aufmerksamkeit und hoffe, dass sie dazu beiträgt, dass künftig auch weitere Aspekte der CSR in den Fokus wissenschaftlicher Forschung rücken.

Stuttgart, im Juli 2014

Prof. Dr. Dr. h.c. Brun-Hagen Hennerkes

Vorwort des Autors

Zwei grundsätzliche Motive haben mich bei der Erstellung dieser Arbeit geleitet. Erstens war es mir wichtig, möglichst zielgerichtet zu argumentieren und klare Aussagen zu treffen. Gerade bei der Auseinandersetzung mit einem Modethema, zu dem Nachhaltigkeit in Wissenschaft und Unternehmenspraxis ohne Zweifel avanciert ist, trifft man regelmäßig auf unzureichend belegte Aussagen, Halbwahrheiten und Beiträge mit geringem inhaltlichen Tiefgang. Schon der Begriff Nachhaltigkeit selbst wird hinsichtlich seines Bedeutungsgehaltes mitunter so überdehnt, dass er zur inhaltsleeren Worthölse verkommt. Es ist meine Hoffnung, den Blick des Lesers für die wesentlichen Aspekte der Nachhaltigkeitsdiskussion zu schärfen und ihn dabei zu unterstützen, Wesentliches von Unwesentlichem zu unterscheiden. Nicht zuletzt aus diesem Grund habe ich mich meinem vermeintlich weichen Dissertationsthema aus dem Blickwinkel der Investitionstheorie angenähert.

Zweitens war es mir ein Anliegen, einen Mehrwert nicht nur für die Forschungsgemeinschaft, sondern auch für die Entscheider in Familienunternehmen zu schaffen. Dazu waren aus meiner Sicht zwei Schritte von entscheidender Bedeutung. Zum einen habe ich weit verbreitete und größtenteils unbeantwortete Fragestellungen aus der realen Welt der Familienunternehmensführung aufgegriffen und mit dem aktuellen Stand der betriebswirtschaftlichen Forschung in Bezug gesetzt, anstelle mich ausschließlich in den Sphären von Theoriegebäuden zu bewegen. Zum anderen war es notwendig, die vielfältigen, teilweise widersprüchlichen theoretischen Konzepte miteinander zu verbinden oder zumindest ihr Verhältnis zueinander zu klären, um überhaupt fundierte Aussagen für die Unternehmenspraxis ableiten zu können. Hiermit möchte ich bewusst einen Beitrag zur Zusammenführung von Wissen - im Gegensatz zu dessen weiteren Fragmentierung - leisten.

Das Wandeln in und zwischen den Welten der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung und des gelebten Familienunternehmertums wäre mir ohne die außergewöhnlich intensive Unterstützung, die ich während des Verfassens meiner Dissertation erfahren habe, nicht möglich gewesen. Darum möchte ich mich an erster Stelle von Herzen bei meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Henry Schäfer, für seine außerordentlich engagierte Betreuung bedanken. Er stand mir nicht nur in wissenschaftlichen Fragen zur Seite, sondern nahm sich auch in zahlreichen Gesprächen meinen persönlichen Wünschen und Sorgen an. Er gab zum richtigen Zeitpunkt die entscheidenden Impulse, um mein Forschungsvorhaben zum erfolgreichen Abschluss zu bringen.

Mein besonderer, tiefer Dank gilt ebenso Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. Brun-Hagen Hennerkes, dessen Einsatz bei Weitem über die Pflichten eines Zweitgutachters hinausging. Er hat mir Türen in die Welt der Familienunternehmen geöffnet, die mir ansonsten verschlossen geblieben wären, und mich während Studium und Promotion wohlwollend gefördert.

Herzlich danken möchte ich auch der Stiftung Familienunternehmen und ihrem Geschäftsführer, Herrn Stefan Heidbreder, für das großzügige Stipendium. Den zahlreichen Interview- und Fragebogenteilnehmern auf Seite der Familienunternehmen, sowie den vermittelnden Industrie- und Handelskammern sei gedankt, dass sie sich Zeit für meine empirische Forschung genommen haben.

Vielseitige Unterstützung habe ich auch durch meine Freunde und Lehrstuhlkollegen, insbesondere André Blankertz, Johannes Noll, Stephan Eckert, Manuel Ruthardt, Lajos Németh, Fabian Ulrich, Alexander Kosanke und Katharina Wolf erhalten. Die gemeinsam erlebten Stunden haben nicht nur wertvolle Denkanstöße, sondern auch zahlreiche schöne Erinnerungen hervorgebracht, die meine Zeit als Doktorand zu einem besonderen Lebensabschnitt gemacht haben. Vielen Dank dafür!

Zuletzt möchte ich meinen Eltern meine tiefe Dankbarkeit aussprechen. Ihnen ist diese Arbeit gewidmet. Sie haben mir mein Studium sowie meine Promotion ermöglicht und mich in allen Bereichen des Lebens unterstützt. Beide waren und sind mir stets ein Vorbild.

Friedrich Völker, Stuttgart im Juli 2014

Der Investitionscharakter von CSR bei
Familienunternehmen

Eine theoretische und empirische Vergleichsanalyse

Völker, F.

2014, XXXIII, 335 S. 22 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07183-7