

Geleitwort

Die altersbedingte Unternehmensnachfolge, d. h. die Übertragung von Eigentums- und Leitungsrechten vom bisherigen Eigentümer eines Unternehmens aus Altersgründen auf einen Nachfolger, hat in den vergangenen zehn Jahren aus wirtschaftlicher aber auch aus politischer Sicht zunehmend Aufmerksamkeit erfahren. Zahlreiche Unterstützungsmaßnahmen sollen vor allem für inhabergeführte kleine und mittlere Unternehmen (KMU) den komplexen Prozess der Unternehmensnachfolge langfristig vorbereiten.

Nach Schätzungen des IfM stehen in Deutschland im Zeitraum 2014 bis 2018 insgesamt etwa 135.000 Unternehmen zur Übergabe an. Alarmierend dabei ist die Tatsache, dass es fast jeder zweiter Unternehmer, der das Unternehmen übergeben möchte, versäumt hat, die Nachfolge rechtzeitig vorzubereiten. Auf der einen Seite ist die späte Auseinandersetzung mit der Thematik verständlich, da dieser Prozess häufig nur einmal im Unternehmerleben durchgeführt wird und damit selbst gestandene Unternehmer vor zahlreiche neue Herausforderungen stellt. Die hohe Tragweite der entsprechenden Entscheidung für alle Anspruchsgruppen des Unternehmens, wie etwa Mitarbeiter, Zulieferer, Kapitalgeber oder auch Kunden, verhindern zudem vielfach die offene Auseinandersetzung mit der Thematik. Auf der anderen Seite können durch eine rechtzeitige Auseinandersetzung mit der Unternehmensnachfolge und ihrer Planung aber auch die Austrittsoptionen des Unternehmers erweitert und ohne zeitlichen Druck aktiv gestaltet werden sowie ein wesentlicher Grundstein für den zukünftigen Unternehmenserfolg gelegt werden.

Die wissenschaftliche Forschung zur Unternehmensnachfolge konzentriert sich bisher vor allem auf finanzielle, steuerliche und rechtliche Aspekte und unterstützt damit die „Abwicklung“ der Unternehmensnachfolge. Erst in den letzten Jahren wird die Frage nach individuellen Problemen im Übergabeprozess aufgeworfen, die in der Person des Übergebers begründet liegen. Altunternehmer können nicht „loslassen“. Einerseits identifizieren sie sich mit ihrem „Baby“, ihrem Lebenswerk und fühlen sich ihrem Unternehmen emotional positiv verbunden. Andererseits verbinden sie mit dem Ruhestand eher negative Emotionen. D. h. der Prozess der Unternehmensnachfolge kann nicht nur aus betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Sicht betrachtet, sondern muss auch in seiner psychologischen Dimension ausgelotet werden.

Die Autorin wendet sich in ihrer Arbeit genau dieser Fragestellung zu. Als geeigneten theoretischen Zugang zur Erklärung des Verhaltens von Altunternehmern im Übergabeprozess kann die Autorin das Konstrukt „*psychological ownership*“ identifizieren.

Wissenschaftliche Befunde zur Beschreibung des Konstrukts „*psychological ownership*“ im untersuchten Kontext der altersbedingten Unternehmensnachfolge liegen bisher kaum vor. Das Konstrukt wurde bisher vor allem aus der Perspektive der abhängig beschäftigten Mitarbeiter untersucht. Die Autorin wendet sich mit ihrer Forschungsarbeit deshalb einer innovativen, wissenschaftlich sehr anspruchsvollen Aufgabe zu, wenn sie das Konstrukt „*psychological ownership*“ im Zusammenhang mit dem Prozess der Unternehmensnachfolge untersucht und im Verlaufe ihrer empirischen Studie auf Grundlage von qualitativen Interviews konzeptualisiert. Durch eine sehr systematische Darstellung der schrittweisen Entwicklung des theoretischen Modells bis hin zu seiner Konzeptualisierung entlang der empirischen Untersuchung, werden das Forschungsanliegen, die Vorgehensweise und die Beschreibung des Konstrukts „*psychological ownership*“ für den Leser sehr gut verständlich.

Der Autorin kann mit ihrer Arbeit ein innovativer, eigenständiger Beitrag zu Weiterentwicklung der Forschung zur Unternehmensnachfolge ebenso bescheinigt werden wie die Entwicklung von praxisrelevanten Hinweisen für die Unterstützung von Nachfolgeprozessen von wirtschaftspolitischer und unternehmensbezogener Seite.

Die entstandene Monographie ist deshalb nicht nur wissenschaftlich interessierten Lesern an der Entrepreneurshipforschung und insb. der Unternehmensnachfolge zu empfehlen. Die Auseinandersetzung mit dem Phänomen „*psychological ownership*“ kann vor allem auch Wirtschaftspolitikern, Vertreter von Verbänden und Banken, Beratern sowie alle Inhabern von Unternehmen, denn irgendwann steht in jedem Unternehmerlebenslauf die Regelung der Nachfrage an, wichtige Impulse für die Bewältigung der komplexen Herausforderungen von Nachfolgeprozessen geben.

Deshalb wünsche ich dem Buch sowohl von Seiten der Wissenschaft als auch aus der Wirtschaftspolitik und Unternehmenspraxis die große Resonanz, die diese wissenschaftliche innovative Arbeit verdient und hoffe, dass sie die weiteren Diskussionen zur Unternehmensnachfolge mit neuen Einsichten befördern kann.

Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger

Psychological Ownership im Kontext der
Unternehmensnachfolge

Eine qualitative Studie

Schübel, S.

2016, XXI, 256 S. 21 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-14600-9