

Familienunternehmen und KMU

RESEARCH

Simon Caspary

Das Familienunternehmen als Sozialisationskontext für Unternehmerkinder



Springer Gabler

Geleitwort

Unternehmerfamilien muss eine Schlüsselrolle für den (Miss-)Erfolg und dem generationsübergreifenden Bestand eines Familienunternehmens zugesprochen werden. Unternehmerfamilien werden, bedingt durch die strukturelle Kopplung mit dem Unternehmen, von ihrem/n Unternehmen mehr oder weniger stark geprägt. Sie müssen unternehmerische Spielregeln in das System Familie integrieren, was man als die Enterpriseness von Unternehmerfamilien bezeichnen kann, ohne ihre Funktionen als Familie aufzugeben.

Diesem weitgehend vernachlässigten Themenbereich widmet sich die Arbeit von Herrn Caspary. Er rückt die Sozialisation von Nachkommen aus Unternehmerfamilien in das Zentrum seiner Betrachtung. Denn gerade durch die strukturelle Kopplung der Systeme darf das Unternehmen als eine wesentliche Variable für die Sozialisation nicht vernachlässigt werden. Speziell vor dem Hintergrund einer Abnahme von familieninternen Nachfolgen kann der Sozialisation eine hohe Bedeutung zugeschrieben werden. Da diese Prozesse bislang eher bruchstückhaft untersucht wurden, trägt die vorliegende Arbeit durch die breit angelegten Theorieperspektiven dazu bei, die Sozialisationsbedingungen der (potentiellen) NachfolgerInnen in den wissenschaftlichen Diskurs einzubringen. Das erklärte Ziel der vorliegenden Arbeit besteht darin, die Bedeutung der Sozialisation für die Dynamik eines Familienunternehmens und die Prägung der Identität der Nachkommen herauszuarbeiten.

Der Neuigkeitsgrad liegt einerseits in der Themenstellung selbst und andererseits in Integration und Anwendung verschiedener Theorien. Wichtige Erkenntnisse sind etwa die Bedeutung der Kommunikation und der strukturellen Kopplung von Familie und Unternehmen für die Sozialisation, die Rollendifferenzierung, die Übertragung der strukturellen Kopplung auf ein Mehrebenen-Modell der Sozialisation und somit die Darstellung der Entwicklung von integrierten zu segmentierten Identitäten im Zuge des mehrgenerationalen Bestandes eines Familienunternehmens. Besonders die sich in der gesamten Arbeit durchziehende Auseinandersetzung mit der Enterpriseness stellt aus der Perspektive der Forschung über Familienunternehmen und Unternehmerfamilien den interessantesten Erkenntnisgewinn dar.

Hermann Frank