

09.04.2019 – 08:55 Uhr

Studie Schweizer Familienunternehmen - Schweizer Familienunternehmen wachsen und differenzieren sich durch Werte

Studie Schweizer Familienunternehmen

Schweizer Familienunternehmen wachsen und differenzieren sich durch Werte

Trotz des anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfelds verzeichnen Familienunternehmen weltweit ein solides Wachstum. Gleichzeitig hat die wahrgenommene Verletzlichkeit durch die Digitalisierung bei Schweizer Familienbetrieben in den letzten zwei Jahren stark zugenommen. Das grosse digitale Rüsten bleibt allerdings aus. Die richtigen Talente sind wichtig. Angelockt werden sie mit einer wertebasierten Unternehmenskultur - mit Erfolg. Die Nachfolgeregelung bleibt ein sensibles Thema.

Zürich, 9. April 2019 - Den Schweizer Familienunternehmen geht es trotz turbulenter Zeiten gut. 2018 konnten 65 % der Schweizer Familienunternehmen ein Wachstum ausweisen, ein Fünftel davon im zweistelligen Bereich. Damit liegen die Schweizer Unternehmen leicht unter dem globalen Durchschnitt (69 %). 80 % erwarten, sich in den nächsten zwei Jahren kontinuierlich so weiterzuentwickeln, weit mehr als 2016 während der Währungskrise. In der neunten Ausgabe der "Global Family Business"-Studie wurden 2953 Familienunternehmern aus 53 Ländern befragt, darunter 108 in der Schweiz.

Paradoxon Digitalisierung: Chance und Gefahr zugleich

Als wichtigste unmittelbare Herausforderungen nennen 70 % der Familienunternehmen weltweit die Innovationskraft. Obschon die Mehrheit der befragten Unternehmen die Digitalisierung als Chance wahrnimmt, ist die Anzahl der Schweizer Familienunternehmen, die sich durch die Digitalisierung verletzbar fühlt, gegenüber 2016 von 19 % auf 33 % gestiegen. Die Themen künstliche Intelligenz, Robotik und Cybersecurity empfindet die Gesamtheit der Befragten als besonders anspruchsvoll. Mitbewerber aus asiatischen Wirtschaftsregionen entwickeln sich rasend schnell. Darüber hinaus bringen sie Substitutionsprodukte oder billige Kopien auf den Markt und profitieren von günstigen Produktionskapazitäten. Die meisten Schweizer Familienunternehmen digitalisieren an der Schnittstelle zum Kunden. Über die Hälfte (54 %) plant, ihre digitalen Kapazitäten auszubauen, während die restlichen 46 % wenig bis keinen Handlungsbedarf sehen. Im globalen Vergleich (20 %) planen nur wenige Schweizer Firmen (6 %), auch ihr Geschäftsmodell anzupassen.

Wichtige Talente dank den richtigen Werten

Die Rekrutierung ist für Familienunternehmen global eine der wichtigsten Aufgaben für die nächsten zwei Jahre und für 91 % ein massgebliches Investitionsziel. Auch 60 % der Schweizer Unternehmen sehen im Zugang zu qualifizierten Fachkräften eine Schlüsselherausforderung. Sie sind oft ländlich gelegen und haben finanziell nicht immer die gleichen Möglichkeiten wie internationale und in Städten domizilierte Konzerne. Im Kampf um Talente setzen sie auf eindeutig definierte Unternehmenswerte: 97 % der Unternehmen sind davon überzeugt, dass Werte entscheidend zur Mitarbeiterbindung beitragen. 90 % glauben, dadurch attraktiver für potenzielle Mitarbeitende zu sein.

Norbert Kühnis, Leiter Familienunternehmen und KMU bei PwC Schweiz: "Insbesondere für die jüngeren Arbeitnehmer ist ein modernes Werteverständnis wichtig. Sie definieren die Attraktivität eines Arbeitgebers vor allem über Werte, gesellschaftliches Engagement und Nachhaltigkeit." Die Studie zeigt eine Kohärenz zwischen Werten und Erfolg auf. Familienunternehmen, die Werte und Zweck eindeutig definiert haben, erzielen höhere Erträge und bestehen langfristiger. Dies unter der Voraussetzung, dass die Werte schriftlich festgehalten, in die Strategieplanung integriert und aktualitätsgerecht angepasst werden.

"Lasst die Jungen ran" - sofern sie wollen

Die erforderlichen digitalen Kompetenzen können auch aus der eigenen Familie mittels der nächsten Generation ins Unternehmen gebracht werden. "Die sogenannte NextGen ist mit digitalen Technologien aufgewachsen und bringt nicht nur eine digitale Denkweise, sondern unter Umständen auch die gesuchten Fähigkeiten und Fertigkeiten mit, um die digitale Transformation voranzutreiben. Diese Chance sollten Familienunternehmen unbedingt

wahrnehmen", so Kühnis.

In der Geschäftsfortführung innerhalb der Familie liegt die Schweiz zurück: Während global 65 % im familiengeführten Unternehmen arbeiten, sind es in Schweizer Familienunternehmen lediglich 51 %. Die Nachfolgeregelung ist für viele abtretende Unternehmer ein sensibles Thema. Zwar beabsichtigen 59 % der befragten Schweizer Familienunternehmen, die operative Führung des Unternehmens an die Erben weiterzugeben, aber nur 31 % haben ihr Vorhaben kommuniziert. Roman Leimer, Leiter Familien-Governance bei PwC Schweiz, erklärt: "Heutzutage können oder wollen nicht alle Jungen das Familienerbe antreten. Daher müssen Schweizer Familienunternehmen das Thema frühzeitig angehen und die nächste Generation zum richtigen Zeitpunkt in die Diskussion rund um die Nachfolge einbinden. So können die Bedürfnisse beider Generationen geklärt, die Übergabe solide geplant und mögliche Alternativoptionen zeitnah evaluiert werden."

Download

Die Studie können Sie unter folgendem [Link](#) herunterladen. Weitere Informationen zur Studie und die Resultate finden Sie [hier](#).

Share

Unsere Medienmitteilungen finden Sie auch auf www.pwc.ch/presse oder www.twitter.com/PwC_Switzerland und www.linkedin.com/company/pwc-switzerland.

Über PwC

Der Zweck von PwC ist es, das Vertrauen in der Gesellschaft weiter auszubauen und wichtige Probleme zu lösen. Wir sind ein Netzwerk von Mitgliedsfirmen in 158 Ländern mit über 250'000 Mitarbeitenden. Diese setzen sich dafür ein, mit Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsberatung sowie Digital Services einen Mehrwert für die Wirtschaft und insbesondere für die Unternehmen zu bieten. Bei PwC Schweiz arbeiten daran über 3200 Mitarbeitende und Partner an 14 verschiedenen Standorten in der Schweiz und einem im Fürstentum Liechtenstein. Erfahren Sie mehr und sagen Sie uns, was für Sie von Wert ist, unter www.pwc.ch.

"PwC" bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere seiner Mitgliedsfirmen. Jedes Mitglied dieses Netzwerks ist ein separates Rechtssubjekt. Nähere Angaben dazu finden Sie unter www.pwc.com/structure.

Eva Oberholzer
PwC | Head Communications Digital & Industries Services
Office: +41 58 792 1688 | Mobile: +41 79 336 4907
Email: eva.oberholzer@ch.pwc.com
www.linkedin.com/in/evaoberholzer

PricewaterhouseCoopers AG
Birchstrasse 160 | Postfach | CH-8050 Zürich
<http://www.pwc.ch>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100826792> abgerufen werden.