

The image shows a close-up of a traditional wooden balcony. The balcony has a dark brown wooden railing with a repeating decorative pattern of heart-shaped cutouts. Above the railing, there are two flower boxes filled with red and pink flowers. The background is a dark wooden wall with a central door. The text is overlaid on the upper part of the image.

Mike Peters
Stiftungsprofessur
KMU & Tourismus
Institut für strategisches
Management, Marketing
und Tourismus
Universität Innsbruck

Die Bedeutung und Entwicklung der Familienunternehmen in der EUSALP – das Beispiel Tourismus

Zahlen, Daten, Fakten

- 85 % aller europäischen Unternehmen sind Familienunternehmen, die 60 % der Arbeitsplätze im Privatsektor stellen
- In Tirol zählen wir ca. 17.500 Familienunternehmen (FU) von ca. 21.000 Unternehmen (nicht EPU eingerechnet). Über 80% sind Familienunternehmen (KMU Forschung Austria, 2013).
- Der höchste Anteil von FU ist österreichweit im Tourismus und Handel zu finden.
- Wir gehen von 90% FUs im Tourismus aus.



Familienunternehmen sind anders

10 THESEN UND HERAUSFORDERUNGEN

(Bild: MP)

Familienunternehmen agieren langfristig

• 10

Ferienparadies Natterer See – Familienunternehmen in Natters (Bild: MP)

Die nächste Generation ist immer präsent!

- Familienunternehmen handeln meist langfristig und denken an die kommenden Generationen
- *Proaktivität* wirkt besonders stark auf den finanziellen Erfolg!

Kallmuenzer, Strobl, Peters, 2016

Familienunternehmen haben spezifische
Kontrollmechanismen!



Kontrolle in der Familie und Region

- Agency Vorteile existieren in FU
- Die Kontrolle ist im FU entgegen anderen Unternehmen gering.
- Bedeutung von regionalen, sozialen Netzwerken!
Nachhaltige, langfristig-orientierte Entwicklung

Strobl & Peters, 2013; Komppula, 2014; Kallmünzer, Strobl, Peters, 2015

FU sind Innovativ und Spezialisiert



Unternehmen

Historie

CHRONIK

- 1905 Gründung
- 1948 Übergabe an Sohn Johann Oberhaizinger
- 1975 Übernahme durch Hans Oberhaizinger
- 1976 Neubau Werkstattgebäude
- 1978 Einstieg in den Sektor Bankeinrichtungen
- 1983 Anbau von 500 m² Werkstattgebäude
- 1988 EDV Umstellung
- 1992 Neue Produktionshalle
- 1996 Anschaffung einer CNC – Fräse
- 1998 Einstieg Autohauseinrichtungen der Marken Audi, VW
- 2000 Anbau eines Fertigteillagers mit Verladezone
- 2002 Umstellung von Einzelfirma auf GmbH
- 2002 Einstieg bei Porsche als offizieller Lieferant
- 2004 Einstieg von Hans-Martin Oberhaizinger in die Geschäftsleitung



Oberhaizinger.de

Spezialisierung und Innovation

- Hochspezialisierte Familienunternehmen sind Zulieferer und Innovatoren für größere Unternehmen
- Sie geben aufgrund ihres langfristig und generationenübergreifend angelegten wirtschaftlichen Handelns den zu beliefernden Unternehmen materielle Sicherheit
- Sie leisten damit einen nicht unbedeutenden Beitrag zum Wirtschaftswachstum leisten

Europäisches Parlament, Bericht über Familienunternehmen, 2015

Verträglich kooperatives Verhalten als Schlüssel des Erfolges

7

Cooperation – Competition

- FU sind in ihrer Region stark kooperativ tätig.
- FU agieren weniger aggressiv und höchst kommunikativ.
- *Competitive Agressiveness* wird zur *Competitive Agreeableness*

Peters & Kallmuenzer, 2015, S. 8

FU sind stark in die Region/Gesellschaft eingebettet!

6

Nachhaltigkeit - Regionalität

- FU äußern eine starke Verantwortlichkeit für die Region und deren Ressourcen
- Entgegen früher empirischen Nachweisen für KMU im Tourismus zeigen FU durchaus Langfristorientierung!

Kallmuenzer & Peters, 2015

Wider der Abwanderung aus ländlichen Gebieten!

5

Grawa Alm, Stubaital (Bild: MP)

Familienbetriebe bieten Chancen auf dem Land!

- FU haben Geschichte und somit starke Wurzeln in einer bestimmten Gegend
- Sie schaffen Arbeitsplätze in ländlichen und weniger begünstigten Gegenden (Bekämpfung des Prozesses des Alterns und der Entvölkerung)
- Vor allem Unternehmen aus dem Tourismus sind vermehrt am Land zu finden.

Europäisches Parlament, Bericht über Familienunternehmen, 2015

Hohe Massstäbe in Sachen Sozialer Verantwortung

4

Soziale Verantwortung

- FU haben gegenüber ihrer Belegschaft eine hohe soziale Verantwortung
- Sie gehen mit Ressourcen aktiv und verantwortungsbewusst um
- Im Allgemeinen haben FU einen nachhaltigen und langfristigen Ansatz zur wirtschaftlichen Zukunft des Unternehmens (indem sie als „ehrbare Kaufleute“ und verantwortungsbewusste Eigentümer oder Verwalter handeln)
- Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zu ihren örtlichen Gemeinschaften als auch zur Wettbewerbsfähigkeit der EUSALP

Europäisches Parlament, Bericht über Familienunternehmen, 2015

Herausforderung: Nachfolge im Alpenraum

Gasthof zur alten Dorf

3

Die Unternehmensnachfolge im Alpenraum

- Ein gemeinsames Anliegen* u.a. mit rechtl./steuerl./finanzbezogenen Spezifika
- Rd. 43 % der Familienunternehmen sind über 30 Jahre alt und rd. 45 % befinden sich bereits in der Reifephase ihres Unternehmenslebenszyklus - seit längerem stabil/konstant.
- Bei den ältesten Familienunternehmen (über 30 Jahre) sind rd. 20 % in der Übergabephase.

*“C-TEMAIp: Continuity of Traditional Enterprises in Mountain Alpine Space Areas“

Brüssel , EU Update, 2.2.2017
Peters et al., 2012

Herausforderung:
Die Auseinandersetzung –
wer sind wir und wo sind wir?



Familienstrategien

- Eine Familienstrategie ist ein Prozess der Auseinandersetzung und besteht
 - zum einen in dem Ergebnis einer festgeschriebenen Familienverfassung, aber besonders im Bereitstellen von Möglichkeiten, sich miteinander auseinanderzusetzen
 - darin, ein „Bewusstsein für das zu bekommen, was einem gemeinsam wichtig ist“

von Schlippe, 2012; Dörflinger et al., 2013

Herausforderung:
FU-Werte sind Zentrale Erfolgsfaktoren

1

Mooserwirt, Familienunternehmen in St. Anton; Bild: MP

Wofür stehen wir als Familie, Unternehmung und Region?

- Identitätsstiftung durch Familienunternehmen
- Kulturelles Erbe wird unternehmerisch verankert
- Unterstützt den Clustergedanken der EU-Strategie für den Alpenraum



Siehe Werkraum.at

Und die Zukunft?

(Bild: MP)

Strategien zur Förderung von FU in der EUSALP

- Nachfolgestrategien und Best-Practices
- Rechtliche und finanzielle Standards (z.B. Erbrecht)
- Forcierung von Clusterbildungen
- Fokus auf Mobilität und Arbeitsmarkt
- Diversifizierung des Angebots und Schaffung von Nischen



FU Förderung unterstützt die wesentlichen EUSALP Prioritäten!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



(Bild: MP)

Casa di Melograno – Familienunternehmen in Venedig

Mike Peters

mike.peters@uibk.ac.at