

VII. Kongress für Familienunternehmen



NEUE HORIZONTE

**11. und 12. Februar 2005
Universität Witten/Herdecke**

Unser besonderer Dank für die vielfältige Unterstützung gilt:



1805-2005

Deutsche Bank



| cove & co. |

kleidung nach maß & feine schuhe



DIE GLASERNE MANUFAKTUR



Mediapartner:

WELT*am*SONNTAG

Underberg

EQUA

brand eins
Wirtschaftsmagazin

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Ihnen hiermit das Programm des VII. Kongresses für Familienunternehmen an der Universität Witten/Herdecke vorstellen.

Der VII. Kongress steht unter dem Titel „Neue Horizonte“. Neue Horizonte entstehen, wenn sich neue Handlungsräume, Optionen und Märkte auftun. Neue Horizonte entdeckt man aber auch, wenn man Altbewährtes in neuem Licht betrachtet. Unter diesem Leitgedanken sollen jene Aspekte thematisiert werden, welche sich innerhalb und außerhalb eines Familienunternehmens ergeben.

Wir wollen damit den Blick in die Zukunft, die Entdeckung neuer Perspektiven und das Umsetzen von Visionen als Hauptthemen auf dem Kongress verankern. Zudem möchten wir mit dem Titel „Neue Horizonte“ thematisieren, wie es Familienunternehmen in besonderer Weise gelingt, Tradition und langfristigen Erfolg, Unternehmertum und Familie in einer Symbiose zu vereinen und über die Generationen weiter zu tragen.

Was sind Ihre Perspektiven? Wo liegen Ihre Chancen?
Was sind Ihre Stärken?
Welchen Herausforderungen stehen Sie in Zukunft gegenüber?
Und wie können Sie diesen erfolgreich begegnen?

In 33 Workshops werden Themen aufgegriffen, auf die wir in der Vorbereitung des Kongresses im Gespräch mit Unternehmern, Wissenschaftlern und anderen Experten immer wieder gestoßen sind.

Der Kongress richtet sich ausschließlich an Familienunternehmerinnen und Familienunternehmer, deren Angehörige, Fremdmanager und Gesellschafter. Ihnen wird in ungestört familiärer Atmosphäre die Möglichkeit geboten, unter Ihresgleichen Erfahrungen auszutauschen und an individuellen Problemen gemeinschaftlich zu arbeiten. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zum Ergebnis der einzelnen Workshops sowie des gesamten Kongresses.

Der Titel „Neue Horizonte“ wird in einer Podiumsdiskussion im Plenum auf gesellschaftlicher Ebene aufgegriffen.

Wir wünschen Ihnen und uns, dass durch Ihre Fragen, Ihre Erfahrungen und Ihre aktive Teilnahme der VII. Kongress für Familienunternehmen für alle Beteiligten zu einem Erlebnis wird – zu einer Erfahrung, die neue Lösungen, neue Ideen, Perspektiven und Visionen ermöglicht.

Wir freuen uns, Sie am 11. und 12. Februar 2005 auf dem Campus der Universität Witten/Herdecke begrüßen zu dürfen.

Ihr studentisches Organisationsteam,

Christian Beck Tobias Braun
Franz-Josef Grunseppel Martina Schillo
Kira-Dulana David



Neue Horizonte

Chancen für Familienunternehmen

Wer neue Horizonte entdecken will, muss manches wagen. Das Unbekannte mag verheißungsvoll locken, aber der Weg dorthin birgt häufig Risiken und Gefahren des Scheiterns. Gerade Unternehmer wissen, dass geschäftlicher Erfolg ohne das Eingehen von Risiken, ohne den Aufbruch zu neuen Horizonten, nicht denkbar ist. Sie sehen es als ihre persönliche Aufgabe an, das Unternehmen verantwortungsvoll zu steuern und denken dabei eher in Jahrzehnten als in Quartalsberichten. Sie handeln nach dem schönen Satz Franz Kafkas, der da lautet: „Verbringe nicht die Zeit mit der Suche nach einem Hindernis – vielleicht ist ja keines da.“

Der VII. Kongress für Familienunternehmen stellt diesen Aspekt unternehmerischen Handelns in den Vordergrund. Während es in Deutschland überwiegend darum zu gehen scheint, das Erreichte zu sichern, möchten wir mit Ihnen ausloten, wie neue Horizonte entdeckt werden können und welche Chancen daraus erwachsen. Neue Horizonte bedeuten dabei nicht nur neue Märkte, sondern stehen zugleich für die vielfältigen Möglichkeiten, die sich aus Veränderungen innerhalb des Unternehmens und durch andere Sichtweisen auf das Unternehmen ergeben. Neben dem Unternehmen steht auch die Familie bei diesem Kongress an herausgehobener Stelle. Schließlich geht es darum, die Mitarbeiter und die Familie zu gewinnen, die Reise zu einem neuen Horizont zu unternehmen.

Die Universität Witten/Herdecke ist dafür ein guter Ort. Seit vielen Jahren befassen wir uns intensiv mit Familienunternehmen und ihren Besonderheiten und bieten ihnen damit eine akademische Heimat. Aus den zahlreichen Rückmeldungen der vergangenen Jahre wissen wir, dass viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer von dem Kongress wertvolle Anregungen mit nach Hause nehmen. Wie in den vergangenen Jahren ist es auch dieses Mal dem studentischen Organisationsteam gelungen, ein vielfältiges und interessantes Programm zusammen zu stellen, bei dem neben der fachlichen Arbeit auch das Knüpfen neuer und das Vertiefen bereits bestehender Kontakte nicht zu kurz kommen wird.

Ich wünsche Ihnen und Ihrer Familie einen gelungenen Kongress mit vielen Denkansätzen und interessanten Begegnungen und freue mich darauf, Sie an der Universität Witten/Herdecke begrüßen zu können.

Ihr



Knut Werner Lange



Prof. Dr.
Knut W. Lange

Grußwort des Schirmherrn

Es ist mir ein persönliches Anliegen und eine besondere Freude, die Schirmherrschaft für den VII. Kongress für Familienunternehmen zu übernehmen.

Die Welt ist vielleicht kein Dorf, aber ein Markt. Mit der Osterweiterung der Europäischen Union wurde ein weiterer Schritt zur globalen Vernetzung der Wirtschaft getan. Globale Märkte zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass Standorte in einen Wettbewerb um Investitionen treten. Dabei sind es nicht nur die niedrigen Lohnkosten, die diesen Wettbewerb bestimmen. Hier zählen Know-How, innovative Ideen und Kreativität oft viel mehr. Die Globalisierung als „Neuen Horizont“ zu begreifen, ist ein Schwerpunkt dieses Kongresses.

Und hier haben Familienunternehmen nach wie vor ihre Stärken. Sie wirken als wesentlicher Impulsgeber für die deutsche Wirtschaft. Nur werden sie oft nicht dementsprechend wahrgenommen. Ein Kongress wie dieser, als Plattform, auf der sich Unternehmer, ihre Familien und Manager zum Gedankenaustausch treffen, ist daher enorm wichtig.

Jedoch gibt es in Familienunternehmen noch weitere „Horizonte“, die eine ständige Herausforderung, aber auch neue Möglichkeiten beinhalten. Themen wie Familie, Nachfolge und Strategie sind gerade bei familienbestimmten Unternehmen von besonderer Komplexität und oft Konfliktherde, die sowohl den Eigentümern als auch dem Unternehmen schaden können. Die Wahrnehmung dieser Probleme und deren Lösungsansätze können in den zahlreichen Workshops vertieft, reflektiert und verinnerlicht werden.

Darüber hinaus bietet der Kongress eine Grundlage, den Unternehmergeist auch bei der nachwachsenden Generation zu wecken. Denn wir tragen für unsere Jugend die Verantwortung sie exzellent auszubilden. Dafür sollten wir alles tun.

Ich wünsche uns allen einen anregenden Kongress mit vielen fruchtbaren Begegnungen und zukunftsweisenden Dankanstößen.

Ihr



Lothar Späth



Prof. Dr. h. c.
Lothar Späth

KONGRESSÜBERSICHT

Freitag, 11. Februar 2005

10:30 Uhr	Ankunft & Anmeldung
11:00 Uhr	Begrüßung
11:30 Uhr	Eröffnungsrede des Schirmherrn Prof. Dr. h.c. Lothar Späth
12:00 Uhr	Mittagsimbiss
12:45 Uhr	Workshopeinheit A
15:15 Uhr	Kaffee- & Kommunikationspause
16:00 Uhr	Workshopeinheit B
18:30 Uhr	Sektempfang
19:00 Uhr	Cabaret:  München
20:00 Uhr	Dinner
22:00 Uhr	Eröffnung der Cocktailbar

Samstag, 12. Februar 2005

9:00 Uhr	Begrüßung
9:15 Uhr	Eröffnungsrede
10:00 Uhr	Workshopeinheit C
12:30 Uhr	Mittagsbuffet
13:30 Uhr	Podiumsdiskussion
15:00 Uhr	Abschluss

Erläuterungen zu den Workshops

Auf den nachfolgenden Seiten finden Sie das Workshopangebot der drei Workshopeinheiten. Wir haben uns bemüht, Ihnen eine breite Auswahl an unterschiedlichen Themen zusammenzustellen.

Bitte wählen Sie aus jeder Workshopeinheit Ihren Wunschworkshop sowie einen Alternativworkshop und notieren Sie die Nummern der jeweiligen Workshops in den dafür vorgesehenen Feldern auf dem Anmeldeformular.

Zudem haben wir die Workshops in die Themenbereiche „**Familie**“, „**Nachfolge**“, „**Strategie**“, „**Unternehmensführung & Organisation**“, „**Internationales**“ und „**Finanzen, Steuern, Recht**“ gruppiert.

Um Ihnen die Auswahl zu erleichtern, haben wir zusätzlich in der oberen Ecke eines jeden Workshops Symbole angebracht, die unsere Empfehlung für die jeweilige Zielgruppe darstellen:

U = Workshopvorschlag für die Unternehmerin bzw. den Unternehmer

E = Workshopvorschlag für die Ehepartnerin bzw. den Ehepartner

N = Workshopvorschlag für die Nachfolgerin bzw. den Nachfolger

G = Workshopvorschlag für die Gesellschafterin bzw. den Gesellschafter

F = Workshopvorschlag für die Fremdmanagerin bzw. den Fremdmanager

Dies sind natürlich nur unverbindliche Orientierungshilfen unsererseits. Ihnen steht selbstverständlich die Teilnahme an jedem Workshop Ihrer Wahl frei.

Am Ende des Kurzlebenslaufes jedes Referenten ist eine Internetadresse angegeben, unter der Sie weitere, ausführliche Informationen über den Referenten finden können.

GESAMTÜBERSICHT

VII. Kongress für Familienunternehmen

11. und 12. Februar 2005
Universität Witten/Herdecke

U = Unternehmer/in
E = Ehepartner/in
N = Nachfolger/in
G = Gesellschafter/in
F = Fremdmanager/in

A

Freitag, 11. Februar 2005, 12:45 – 15:15 Uhr

KATEGORIE FAMILIE

A_01 UENGF

Strateginnen im Verborgenen

Rollenbilder und Realität von Unternehmerfrauen

► Andrea Prym-Bruck

Seite 11

A_02 UENGF

Ambivalenz in Familienunternehmen

Vom Leidensdruck zum Qualitätsbegriff

► Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz

Seite 11

KATEGORIE NACHFOLGE

A_03 UENGF

Planen für die Ewigkeit?

Die Stiftung als Nachfolgemodell

► Peter Pohlmann, Dr. Karsten Timmer, Dr. Christian Meyn

Seite 12

A_04 UENGF

Weiß ich, was ich will, will ich was ich weiß?

Nachfolge aus Sicht der Junioren

► Prof. Dr. Fritz B. Simon, David Klett

Seite 13

KATEGORIE STRATEGIE

A_05 UENGF

Kontinuität durch Wandel

Am Beispiel der Firma Wolfcraft

► Reinhard Wolf, Dr. Michael Schindel

Seite 13

A_06 UENGF

Familienunternehmen zwischen Verkauf und Akquisition

Gestaltungsspielräume eines Familienunternehmers

► Hubertus Hatlapa, Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Seite 14

KATEGORIE UNTERNEHMENSFÜHRUNG & ORGANISATION

A_07 UENGF

Wertorientierte Unternehmensführung

Hintergründe und Erfahrungen

am Beispiel von Haniel

► Dr. Klaus Trützscher

Seite 14

A_08 UENGF

Corporate Governance Kodex in Familienunternehmen

Fremdkörper oder Richtschnur?

► Dr. Wolfram Nolte

Seite 15

A_09 UENGF

Das gemeinsame, geteilte Familienunternehmen

Die Anteilsverteilung und ihre Folgen

► Dr. Roland Horster

Seite 15

KATEGORIE INTERNATIONALES

A_10 UENGF

Unternehmen Ausland

Erfolgsfaktoren beim Schritt über nationale Grenzen

► Peter Thiel, Margit Oswald

Seite 16

KATEGORIE FINANZEN, STEUERN, RECHT

A_11 UENGF

Das Verhältnis zur Bank

Wie offen? Wie transparent?

► Thomas Illemann

Seite 16

B

Freitag, 11. Februar 2005, 16:00 – 18:30 Uhr

KATEGORIE FAMILIE

B_01 UENGF

Die Unternehmerfamilie: ein Risiko?

Familieninduzierte Risiken

- ▶ Ralph Wiechers, Prof. Dr. Knut Werner Lange, David Klett

Seite 18

B_02 UENGF

Familienmanagement – Adel als Vorbild?

Über die (Un-)Vereinbarkeit von Beruf und Familie

- ▶ Franziska Bischof-Jäggi, Gräfin Sonja Bernadotte, Gräfin Bettina Bernadotte

Seite 19

KATEGORIE NACHFOLGE

B_03 UENGF

Hawaii oder Fruchtgummiverkäufer?

Gedanken zum Eintritt in das Familienunternehmen

- ▶ Bastian Fassin

Seite 20

B_04 UENGF

Die Generationen-Strategie

Langfristige und nachhaltige Strategieentwicklung in Familienunternehmen

- ▶ Jon Baumhauer

Seite 20

KATEGORIE STRATEGIE

B_05 UENGF

Die Kunst des Scheiterns

Orientierung in der Krise

- ▶ Dr. Andrea Steinhilber, Ines Pohlmann

Seite 21

B_06 UENGF

Die Neuentdeckung der Dienstleistung

Unternehmen zwischen Mitarbeitern, Familie und Kunden

- ▶ Hemjō Klein

Seite 21

KATEGORIE UNTERNEHMENSFÜHRUNG & ORGANISATION

B_07 UENGF

Potenziale ausschöpfen und Kräfte kanalisieren

Mitarbeitermotivation in Familienunternehmen

- ▶ Gabriela Grillo

Seite 22

B_08 UENGF

Professional Ownership

Wie kann die Überlebensfähigkeit des Familienunternehmens nachhaltig gesichert werden?

- ▶ Dr. Ulrich Wacker, Torsten Groth

Seite 22

B_09 UENGF

Das fremde Unternehmen leiten, als sei es das Eigene

Fremdmanagement

- ▶ Gerhard Riemann

Seite 23

KATEGORIE INTERNATIONALES

B_10 UENGF

Standort Deutschland

Land (un-)begrenzter Möglichkeiten?

- ▶ Lutz Goebel

Seite 23

KATEGORIE FINANZEN, STEUERN, RECHT

B_11 UENGF

Dschungel oder rational funktionierender Markt?

Über falsche, übertriebene und berechtigte Erwartungen an die Kapitalanlage

- ▶ Dr. Rolf Banz

Seite 24

C

Samstag, 12. Februar 2005, 10:00 – 12:30 Uhr

KATEGORIE FAMILIE

C_01 UENGF

Integrationsmodelle für Gesellschafter

Ideen zur Einbindung der im Unternehmen nicht arbeitenden Gesellschafter

- ▶ Dr. Erich Reich, Heiner Ringer, Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Seite 26

C_02 UENGF

Lebenskultur zwischen Familie und Unternehmen II

Kritische Fragen eines Mönches

- ▶ Abt em. Stephan Schröer OSB

Seite 27

KATEGORIE NACHFOLGE

C_03 UENGF

Was tun?

Das Leben nach dem Familienunternehmen

- ▶ Hermann Bahlsen, Gerhard Stark

Seite 27

C_04 UENGF

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Erziehung zu verantwortungsbewussten Eigentümern

- ▶ Jens Corssen

Seite 28

KATEGORIE STRATEGIE

C_05 UENGF

Familyness als Wettbewerbsvorteil

Der Erfolgsfaktor Familie

- ▶ Corinne Mühlebach, Dietrich Pestalozzi

Seite 28

C_06 UENGF

Verdammt zur Spitzenleistung

Wie entwickelt man eine Strategie?

- ▶ Dr. Christoph Weiß

Seite 29

KATEGORIE UNTERNEHMENSFÜHRUNG & ORGANISATION

C_07 UENGF

Führungskräfte gewinnen und binden

Eine besondere Herausforderung für Familienunternehmen?

- ▶ Heiner Thorborg

Seite 29

C_08 UENGF

Zwischen Beratung und Kontrolle

Der Beirat in Familienunternehmen

- ▶ Prof. Dr. Brun-Hagen Hennerkes

Seite 30

C_09 UENGF

Konflikte und Krisen – wie man sie meistert!

Konfliktmanagement in Familienunternehmen

- ▶ Prof. Wolfgang Salewski, Dr. Daniel Terberger

Seite 30

KATEGORIE INTERNATIONALES

C_10 UENGF

China – Wachstumsmarkt Nr. 1

Vermeidbare Fehler und erfolgreiche Entscheidungen

- ▶ Helmut Kostal

Seite 31

KATEGORIE FINANZEN, STEUERN, RECHT

C_11 UENGF

Unternehmens- und Vermögensnachfolge

Strategien zur steuerlichen Optimierung

- ▶ Dr. Markus Emmrich, Klaus Krink

Seite 31

Workshop 1 Seite 11

A_01 UENGF · Familie

Strateginnen im Verborgenen

Rollenbilder und Realität von Unternehmerfrauen

► Andrea Prym-Bruck

Workshop 2 Seite 11

A_02 UENGF · Familie

Ambivalenz in Familienunternehmen

Vom Leidensdruck zum Qualitätsbegriff

► Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz

Workshop 3 Seite 12

A_03 UENGF · Nachfolge

Planen für die Ewigkeit?

Die Stiftung als Nachfolgemodell

► Peter Pohlmann, Dr. Karsten Timmer, Dr. Christian Meyn

Workshop 4 Seite 13

A_04 UENGF · Nachfolge

Weiß ich, was ich will, will ich was ich weiß?

Nachfolge aus Sicht der Junioren

► Prof. Dr. Fritz B. Simon, David Klett

Workshop 5 Seite 13

A_05 UENGF · Strategie

Kontinuität durch Wandel

Am Beispiel der Firma Wolfcraft

► Reinhard Wolf, Dr. Michael Schindel

Workshop 6 Seite 14

A_06 UENGF · Strategie

Familienunternehmen zwischen Verkauf und Akquise

Gestaltungsspielräume eines Familienunternehmers

► Hubertus Hatlapa, Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Workshop 7 Seite 14

A_07 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Wertorientierte Unternehmensführung

Hintergründe und Erfahrungen am Beispiel von Haniel

► Dr. Klaus Trützscher

Workshop 8 Seite 15

A_08 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Corporate Governance Kodex in Familienunternehmen

Fremdkörper oder Richtschnur?

► Dr. Wolfram Nolte

Workshop 9 Seite 15

A_09 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Das gemeinsame, geteilte Familienunternehmen

Die Anteilsverteilung und ihre Folgen

► Dr. Roland Horster

Workshop 10 Seite 16

A_10 UENGF · Internationales

Unternehmen Ausland

Erfolgsfaktoren beim Schritt über nationale Grenzen

► Peter Thiel, Margit Oswald

Workshop 11 Seite 16

A_11 UENGF · Finanzen, Steuern, Recht

Das Verhältnis zur Bank

Wie offen? Wie transparent?

► Thomas Illemann

U = Unternehmer/in
E = Ehepartner/in
N = Nachfolger/in
G = Gesellschafter/in
F = Fremdmanager/in



Andrea Prym-Bruck

Strateginnen im Verborgenen

Rollenbilder und Realität von Unternehmerfrauen

Welche Rolle spielten Frauen in der Unternehmensgeschichte? Welche spielen sie in Zukunft, sei es als Mutter und Ehefrau in der Familie oder in Verantwortung gegenüber Unternehmen und Mitarbeitern? Ist damit eine eigene Identität verbunden? Gibt es alternative Entwürfe?

Wer Unternehmensarchive sichtet, kann sich meist die bedeutende Rolle der Frau in der Unternehmensgeschichte vergegenwärtigen. Darin wird deutlich, welche strategischen Positionen im Unternehmen und welche – nicht nur naturgegebenen – Schlüsselrollen Frauen in Familiendynastien eingenommen haben. In der Geschichtsforschung aber kommen Unternehmerinnen nur als Ehefrauen oder Witwen zu einer gewissen Anerkennung. Der historische Rückblick eröffnet einen Ausblick in die Zukunft. Sie diskutieren die Rolle der Frau in Gegenwart und Zukunft.

Andrea Prym-Bruck hat Kunstgeschichte, Philosophie und Archäologie studiert. Seit 1996 leitet sie das Unternehmensarchiv der William Prym GmbH & Co. KG, in deren Beirat sie 2004 berufen wurde. Sie hat zahlreiche Arbeiten zum Thema Industrie- und Wirtschaftsgeschichte publiziert und promoviert derzeit an der RWTH Aachen über die Erhaltungsdynamik von Mehrgenerationen-Familienunternehmen.

www.familienunternehmer-kongress.de/prym

Ambivalenz im Familienunternehmen

Vom Leidensdruck zum Qualitätsbegriff

Zwischen Familie und Firma, Liebe und Leistung, Nachfolge und eigenen Plänen, Ruhestand und ewigem Unternehmertum: Ihre Entscheidungen als Junior, Unternehmer und Partner wirken sich unmittelbar auf die Zukunft Ihres Unternehmens aus. Das kann kompliziert, unangenehm oder bedrohlich sein. Sie müssen Spannungen aushalten, in ihnen verantwortlich handeln und sich dabei selbst treu bleiben.

In diesem Workshop entdecken Sie diese Spannungen als eigene Qualitäten: sie sind bewusst wahrnehmbar und können konstruktiv verarbeitet werden. So werden sie zu Quellen für Anpassungsfähigkeit, Kreativität und Innovation. Der Workshop vermittelt hierzu konkrete Ansätze und Methoden.

Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz ist Leiter des Studiengangs „MBA in Unternehmensentwicklung“ an der Hochschule Pforzheim, Gründer und Partner der „consensus Unternehmer-Beratung“ in Karlsruhe und war selbst Nachfolger und geschäftsführender Gesellschafter im Unternehmen der Familie (Pfannenschwarz GmbH Kabelkonfektion, Nordheim), welches er 1998 erfolgreich verkauft hat.

www.familienunternehmer-kongress.de/pfannenschwarz



Prof. Dr. Armin Pfannenschwarz

A

Freitag, 11.02.2005
12:45 – 15:15 Uhr

Workshop-Nr.:

A_03

UENGF

Nachfolge



Peter Pohlmann



Dr. Karsten Timmer



Dr. Christian Meyn

Planen für die Ewigkeit?

Die Stiftung als Nachfolgemodell

Familienunternehmen sind Lebenswerke. Doch: Wie kann das Werk erhalten bleiben? Welche ist die beste Lösung für Unternehmen und Familie? Neben anderen Nachfolgemodellen erfreut sich die Stiftung in den letzten Jahren wieder gestiegenen Interesses. Stiftungen werden aus Verkaufserlösen oder durch Übertragung von Unternehmensanteilen errichtet. Manche Stiftungen dienen gemeinnützigen Zwecken, andere allein der Familie. Häufig werden gemeinnützige Stiftungen mit Familienstiftungen oder Familiengesellschaften kombiniert.

Stiftungen sind keine Patentlösungen und bei Lichte betrachtet auch kein Steuersparmodell. Sie eignen sich vor allem für Gestaltungen, bei denen bestimmte Zwecke über lange Zeiträume verfolgt werden sollen. Das erfordert reife Überlegung in der Planungsphase.

In diesem Workshop diskutieren die Teilnehmer über Erfahrungen mit dem Stiftungsmodell und Umsetzungsstrategien.

Peter Pohlmann ist geschäftsführender Gesellschafter der POCO Holding GmbH, welche er 1989 gegründet hat. Er ist dabei, sein Unternehmen in eine Stiftung zu überführen.

www.familienunternehmer-kongress.de/peterpohlmann

Dr. Karsten Timmer ist Projektleiter in der Bertelsmann Stiftung und berät Stifter bei der Gründung und Führung von Stiftungen. Er ist Mitautor der Reihe „Ratgeber Stiften“ und verantwortet die „StifterStudie“, die erste bundesweite Untersuchung zu den Beweggründen und Erfahrungen von Stiftern.

www.familienunternehmer-kongress.de/timmer

Dr. Christian Meyn ist Rechtsanwalt bei Latham & Watkins LLP/ Hamburg. Dr. Meyn publiziert zum Stiftungsrecht und zum strategischen Stiftungsmanagement und berät neben Unternehmen auch Stifter und Stiftungen.

www.familienunternehmer-kongress.de/meyn

Weiß ich was ich will, will ich was ich weiß?

Nachfolge aus Sicht der Junioren

Unternehmerkinder stehen in fast jeder Unternehmerfamilie früher oder später vor der Frage, ob sie die Nachfolge im Unternehmen oder einen ganz anderen Berufsweg wählen sollen. Von der Familienseite her spüren sie die Erwartung, Tradition und Erbe fortzuführen; dem steht oft der Wunsch entgegen, den eigenen, in andere Richtungen weisenden Interessen zu folgen. Eine offene Kommunikation über diese Frage ist in Familienunternehmerfamilien eher unüblich, in vielen Fällen erscheint sie geradezu unanständig. Der Workshop soll daher, begleitet von einem professionellen Moderator, Raum für die besagten unsicheren Nachfolger schaffen, sich mit anderen, welche sich in einer ähnlichen Situation befinden, auszutauschen.

Prof. Dr. Fritz B. Simon ist Psychiater, systemischer Familientherapeut und Organisationsberater, Inhaber des Lehrstuhls für Führung und Organisation an der Universität Witten/Herdecke sowie Autor und Herausgeber zahlreicher Fachartikel und Bücher.

www.familienunternehmer-kongress.de/simon

David Klett studiert Wirtschaftswissenschaften und Kulturwissenschaften & Philosophie an der Universität Witten/Herdecke. Seit 1999 ist er Partner der NOHETO! Unternehmens- und Managementberatung in Witten und seit 2004 Mitglied des Familienrates der Klett Familienkommanditgesellschaft in Stuttgart.

www.familienunternehmer-kongress.de/klett



Prof. Dr. Fritz Simon



David Klett

Kontinuität im Wandel

Am Beispiel der Firma Wolfcraft

Wie radikal ist erfolgreicher Wandel? Können Familienunternehmen radikal genug sein? Müssen sie es sein?

In Zeiten steigenden Wettbewerbsdrucks, Internationalisierung und sich schnell verändernden Rahmenbedingungen scheint es, als seien Familienunternehmen – die häufig durch Kontinuität und Tradition gekennzeichnet sind – zunehmend im strategischen Nachteil.

Dieser Workshop zeigt auf, dass es geeignete Wege gibt, neue und kreative Wettbewerbspositionen zu entwickeln und zwar ohne, dass dabei historische Erfolgsfaktoren über Bord geworfen werden. Es gilt, gerade die Kontinuität und das damit verbundene Wissen im Unternehmen gezielt für den Wandel zu nutzen. Das konkrete Beispiel zeigt, wie ein solcher Entwicklungsprozess schrittweise gestaltet wurde (und wird), dabei historische Wurzeln des Unternehmens berücksichtigt und typische Umsetzungsfallen umgangen wurden.

Reinhard Wolff ist geschäftsführender Gesellschafter der Wolfcraft GmbH. Er ist verantwortlich für Entwicklung, Vertrieb und Marketing sowie im Vorstand der europäischen Herstellervereinigung im Heimwerkerbereich FEDIYMA.

www.familienunternehmer-kongress.de/wolff

Dr. Michael Schindl ist geschäftsführender Partner der Sozietät Schindl Rughase Partners. Er berät und moderiert strategische Unternehmensentwicklungsprozesse und coacht Führungskräfte im Umgang mit Wandel im Unternehmen.

www.familienunternehmer-kongress.de/schindl



Reinhard Wolff



Dr. Michael Schindl

A

Freitag, 11.02.2005
12:45 – 15:15 Uhr

Workshop-Nr.:

A_06

UENGF

Strategie



Hubertus Hatlapa



Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Familienunternehmen zwischen Verkauf und Akquise

Gestaltungsspielräume eines Familienunternehmers

Ungefähr 71.000 meist familiengeführte Unternehmen suchen in Deutschland im Zuge eines anstehenden Generationswechsels jährlich eine neue „Führungsmannschaft“. Fast alle Familienunternehmer wünschen sich, ihr Lebenswerk innerhalb der Familie weiterzureichen. Wunsch und Wirklichkeit klaffen jedoch weit auseinander. Über die Hälfte der Unternehmen werden an fremde Dritte veräußert oder verlassen den Markt. Veräußerung und Erwerb von familiengeführten und meist nicht börsennotierten Unternehmen ist höchst risikobehaftet. Für die Veräußerer stellt sich oftmals heraus, dass ein Ausstieg nicht oder nur zu wirtschaftlich unattraktiven Bedingungen möglich ist. Auf der anderen Seite verfehlen diese Unternehmensakquisitionen sehr häufig die anvisierten Wachstumsziele.

Der Workshop wird Antworten auf die Fragen geben: Warum wird der „Exit“ von Inhaber geführten Unternehmen innerhalb der eigenen Familie immer unwahrscheinlicher? Und welche Faktoren sind auf Seiten des Verkäufers und auf Seiten des Käufers erfolgskritisch?

Hubertus Hatlapa studierte nach seiner Bankausbildung Betriebswirtschaftslehre in Frankfurt/Main, Paris und London. Nach Tätigkeiten als Berater und Manager ist er seit 1990 geschäftsführender Gesellschafter der HATLAPA Uetersener Maschinenfabrik GmbH & Co nach Übernahme sämtlicher Geschäftsanteile durch Kauf. Er hat Gremien-erfahrung durch Sitze in einigen Beiräten und Aufsichtsräten.

www.familienunternehmer-kongress.de/hatlapa

Prof. Dr. Rudolf Wimmer ist u.a. Lehrstuhlinhaber des Lehrstuhls für Führung und Organisation an der Universität Witten/Herdecke. Er ist spezialisiert auf Fragen der Strategieentwicklung und des Veränderungsmanagements sowie auf die Konzeption und Implementierung neuer Führungsstrukturen.

www.familienunternehmer-kongress.de/wimmer

Workshop-Nr.:

A_07

UENGF

Unternehmens-
führung &
Organisation



Dr. Klaus Trützscher

Wertorientierte Unternehmensführung

Hintergründe und Erfahrungen am Beispiel von Haniel

Zur Bewertung des Unternehmenserfolges sind buchhalterische Größen nur bedingt geeignet. Problematisch ist, dass sie oft nicht den Verzinsungsanspruch des Eigenkapitals berücksichtigen. An dieser Stelle setzen wertorientierte Konzepte an. Der Erfolg wird unter Berücksichtigung einer risikoadäquaten Verzinsung des Eigenkapitals gemessen. So einfach dieser Grundsatz ist, so schwierig ist die praktische Umsetzung.

Was bedeutet eine solche Wertorientierung für Unternehmen? Wie beeinflusst sie das tägliche Handeln? Welchen Einfluss hat sie auf Entscheidungen im Gesellschafterkreis und im Unternehmen? Welche Rolle spielt diese Wertorientierung bei einer Trennung zwischen Eigentum und Management? In diesem Workshop gehen Sie am Beispiel der Wertorientierung bei Haniel diesen und anderen Fragen auf den Grund.

Dr. Klaus Trützscher ist Vorstandsmitglied der Franz Haniel & Cie. GmbH. Bevor er im Oktober 2000 zu Haniel kam, war er fast 24 Jahre in verschiedenen Funktionen für den RAG-Konzern tätig, zuletzt als Mitglied des RAG-Vorstands.

www.familienunternehmer-kongress.de/truetzscher



Dr. Wolfram Nolte

Corporate Governance Kodex in Familienunternehmen

Fremdkörper oder Richtschnur?

Welchen Nutzen stiften die Regeln des Corporate Governance Kodex für nicht börsennotierte Unternehmen? Die Regeln des Kodex zielen darauf ab, das Verhalten der Organe einer Aktiengesellschaft transparenter zu gestalten und potenziellen Unternehmenszusammenbrüchen vorzubeugen. Die meisten Publikumsgesellschaften wenden die Regeln bereits an. Experten empfehlen auch nicht börsennotierten Gesellschaften eine freiwillige Beachtung dieser Verhaltensregeln. Welche Verhaltensregeln sind für die Geschäftsführung und den Beirat eines Familienunternehmens sinnvoll? Welche Vor- und Nachteile sind damit verbunden? Wie können die sinnvollen Vorschriften umgesetzt werden?

Dieser Workshop bietet Einblick in das Regelwerk. Sie diskutieren die Chancen, die sich daraus für Ihr Unternehmen ergeben.

*Dr. Wolfram Nolte war zehn Jahre Unternehmensberater bei McKinsey & Co., acht Jahre Partner im Privat-Bankhaus Metzler und sieben Jahre Finanzvorstand bei der AXA Konzern AG. Mit seiner 20-jährigen Gremienerfahrung engagiert er sich heute ausschließlich in diversen Aufsichtsräten und Beiräten. Herr Dr. Nolte wohnt in Köln, ist verheiratet und hat drei Kinder.
www.familienunternehmer-kongress.de/nolte*

Das gemeinsame, geteilte Familienunternehmen

Die Anteilsverteilung und ihre Folgen

Die Verteilung der Anteile zwischen den Gesellschaftern beeinflusst unternehmerische Entscheidungen. Ein Unternehmen muss wissen, ob und warum es einen, zwei oder zweihundert Gesellschafter haben will. Dies gilt in besonderem Maße, wenn die Anteile zu je 50 Prozent auf zwei Köpfe verteilt sind. Wie auch immer ihre Anteilsverteilung ist, eine 50:50 Verteilung erfordert in besonderem Maße eine Kultur der Auseinandersetzung, die für jede Unternehmerfamilie beispielhaft sein kann.

In diesem Workshop diskutieren Sie mit einem Fremdmanager, der ein Unternehmen unter zwei gleichberechtigten Gesellschaftern lenkt. Es wird deutlich, worauf es zu achten gilt und was man vermeiden sollte.

*Dr. Roland Horster ist seit 1978 Generalbevollmächtigter der Fürsten und Erbgrafen zu Castell für den Bereich Land- und Forstwirtschaft und von 1991 bis April 2004 Sprecher der Geschäftsleitung der Fürstlich Castell'schen Bank, Credit-Casse KGaA, Würzburg. 1969 promovierte er an der Universität Bonn. Dr. Horster ist Mitglied von mehreren Aufsichts-, Verwaltungs- und Beiräten mit dem Schwerpunkt Produktion von Investitions- und Konsumgütern sowie Handel.
www.familienunternehmer-kongress.de/horster*



Dr. Roland Horster

A

Freitag, 11.02.2005
12:45 – 15:15 Uhr

Workshop-Nr.:

A_10

UENGF

Internationales



Peter Thiel



Margit Oswald

Unternehmen Ausland

Erfolgsfaktoren beim Schritt über nationale Grenzen

Globalisierung – das Thema ist in aller Munde. Doch der Schritt ins Ausland ist nach wie vor mit Unsicherheiten behaftet, die sich auf Grund von landesspezifischen Gegebenheiten, von kulturellen Unterschieden, sprachlichen Schwierigkeiten oder rechtlich unsicheren Rahmenbedingungen ergeben. Nicht zu unterschätzen ist auch die Problematik, eine Unternehmenskultur, die gerade bei Familienunternehmen häufig ein wichtiger Erfolgsfaktor ist, auf Tochtergesellschaften zu übertragen.

In diesem Workshop werden Ihnen Möglichkeiten aufgezeigt, die Gefahren auch als Potenziale zu erkennen und durch differenzierte Eintrittsstrategien sowie durch angepasste Führungs- und Organisationsstrukturen nutzbar zu machen.

Am Beispiel von Eckes-Granini können die Teilnehmer ihre Erfahrungen reflektieren und die Gründe ihrer Entscheidungen diskutieren.

Peter Thiel ist Diplom-Kaufmann und war nach dem Studium in verschiedenen Positionen bei der Hoechst AG tätig. 1983 kam er zur Eckes AG, seit 1991 ist er Vorsitzender der Geschäftsführung Eckes-Granini und seit 2003 auch Sprecher des Vorstandes der Eckes AG.

www.familienunternehmer-kongress.de/thiel

Margit Oswald ist Beraterin für Organisations- und Managemententwicklung bei der osb Wien Consulting GmbH. Sie hat langjährige Managementenerfahrung aus dem eigenen Familienunternehmen und berät Familienunternehmen in internationalen Fragestellungen.

www.familienunternehmer-kongress.de/oswald

Workshop-Nr.:

A_11

UENGF

Finanzen,
Steuern,
Recht



Thomas Illemann

Das Verhältnis zur Bank

Wie offen? Wie transparent?

Die Notwendigkeit größerer Transparenz gegenüber Banken ist mehr denn je eine Grundvoraussetzung für deren nachhaltige Kreditbereitschaft und auch Grundlage für eine strategische Partnerschaft. Die Vorlage der drei letzten Jahresabschlüsse sowie einer zeitnahen betriebswirtschaftlichen Auswertung reicht schon lange nicht mehr aus, um die Fremdmittelfinanzierung dauerhaft darstellen zu können. Neben diesen „harten“ Faktoren erhalten die „weichen“ Faktoren ein eigenes, zunehmendes Gewicht. So ist eine solide Finanzplanung, deren eingehende Erläuterung, die Unternehmensstrategie, Pläne und Zukunftsaussichten für die Finanzierung in Zukunft unverzichtbar.

In diesem Workshop versetzen Sie sich in die Situation des Kreditgebers. Sie diskutieren die Kriterien, nach denen Banken heute langjährige, vertrauensvolle Beziehungen eingehen. Daraus können Sie Anregungen für Ihre Informationspolitik gewinnen. Wie offen und transparent sollten Sie mit Banken umgehen?

Thomas Illemann ist Managing Director Corporate and Investment Bank der Deutschen Bank AG sowie Leiter des Geschäftsbereichs German MidCaps Region West und Mitglied des Executive Committee der Geschäftsleitung Firmenkunden Deutschland.

www.familienunternehmer-kongress.de/illemann

Übersicht der Workshopeinheit B

Freitag, den 11. Februar 2005, 16:00 Uhr – 18:30 Uhr

Seite 18 – 24

Workshop 1 Seite 18

B_01 UENGF · Familie

Die Unternehmerfamilie: ein Risiko?

Familieninduzierte Risiken

► Ralph Wiechers, Prof. Dr. Knut Werner Lange, David Klett

Workshop 2 Seite 19

B_02 UENGF · Familie

Familienmanagement – Adel als Vorbild?

Über die (Un-)Vereinbarkeit von Beruf und Familie

► Franziska Bischof-Jäggi, Gräfin Sonja Bernadotte, Gräfin Bettina Bernadotte

Workshop 3 Seite 20

B_03 UENGF · Nachfolge

Hawaii oder Fruchtgummiverkäufer?

Gedanken zum Eintritt in das Familienunternehmen

► Bastian Fassin

Workshop 4 Seite 20

B_04 UENGF · Nachfolge

Die Generationen-Strategie

Langfristige und nachhaltige Strategieentwicklung in Familienunternehmen

► Jon Baumhauer

Workshop 5 Seite 21

B_05 UENGF · Strategie

Die Kunst des Scheiterns

Orientierung in der Krise

► Dr. Andrea Steinhilber, Ines Pohlmann

Workshop 6 Seite 21

B_06 UENGF · Strategie

Die Neuentdeckung der Dienstleistung

Unternehmen zwischen Mitarbeitern, Familie und Kunden

► Hemjö Klein

Workshop 7 Seite 22

B_07 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Potenziale ausschöpfen und Kräfte kanalisieren

Mitarbeitermotivation in Familienunternehmen

► Gabriela Grillo

Workshop 8 Seite 22

B_08 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Professional Ownership

Wie kann die Überlebensfähigkeit des Familienunternehmens nachhaltig gesichert werden?

► Dr. Ulrich Wacker, Torsten Groth

Workshop 9 Seite 23

B_09 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Das fremde Unternehmen leiten, als sei es das Eigene

Fremdmanagement

► Gerhard Riemann

Workshop 10 Seite 23

B_10 UENGF · Internationales

Standort Deutschland

Land (un-)begrenzter Möglichkeiten?

► Lutz Goebel

Workshop 11 Seite 24

B_11 UENGF · Finanzen, Steuern, Recht

Dschungel oder rational funktionierender Markt?

Über falsche, übertriebene und berechtigte Erwartungen an die Kapitalanlage

► Dr. Rolf Banz

U = Unternehmer/in
E = Ehepartner/in
N = Nachfolger/in
G = Gesellschafter/in
F = Fremdmanager/in

B

Freitag, 11.02.2005
16:00 – 18.30 Uhr

Workshop-Nr.:

B_01

UENGF

Familie



Ralph Wiechers



Prof. Dr.
Knut W. Lange



David Klett

Die Unternehmerfamilie: ein Risiko?

Familieninduzierte Risiken

Was macht bei Familienunternehmen einen markanten Unterschied, wenn nicht die Unternehmerfamilie? Aus ihr können wichtige Wettbewerbsvorteile erwachsen. Sie kann für Stabilität und Kontinuität im Unternehmen sorgen, besonders loyale und engagierte Führungskräfte ausbilden und einen hohen Vertrauensgrad zum gesamten Umfeld aufbauen.

Die Unternehmerfamilie ist für das Familienunternehmen jedoch nicht immer nur eine Chance. Ihr wohnen ebenso latente Risiken inne, auf die manches tragische Ende von Familienunternehmen zurückzuführen ist. Angefangen bei allgemeinen Lebensrisiken einzelner Gesellschafter, bis hin zu Geschwister- oder Stammesrivalitäten offenbart sich ein Spektrum von Risiken, denen das Unternehmen erst durch den familiären Anschluss ausgesetzt ist.

Zu Beginn des Workshops werden überblicksartig wichtige und kritische Unternehmensrisiken aufgezeigt, deren Ursprung in der Unternehmerfamilie zu verorten ist. Anschließend arbeiten Referenten und Workshopteilnehmer an Strategien der Minimierung oder gar Vermeidung der vorgestellten Unternehmensrisiken.

Ralph Wiechers, gelernter Bankkaufmann, hat an der Universität Witten/Herdecke studiert und promoviert jetzt an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft. Er ist Mitgründer und seit Juli 2002 auch geschäftsführender Partner der NOHETO! Unternehmens- und Managementberatung. Sein Forschungsschwerpunkt ist das Feld der Familienunternehmen.
www.familienunternehmer-kongress.de/wiechers

Prof. Dr. Knut Werner Lange ist seit 1999 Lehrstuhlinhaber für Bürgerliches Recht, Handels-, Wirtschafts-, Europa- und internationales Privatrecht an der Universität Witten/Herdecke und leitet das Deutsche Bank Institut für Familienunternehmen.
www.familienunternehmer-kongress.de/lange

David Klett studiert Wirtschaftswissenschaften und Kulturwissenschaften & Philosophie an der Universität Witten/Herdecke. Seit 1999 ist er Partner der NOHETO! Unternehmens- und Managementberatung in Witten und seit 2004 Mitglied des Familienrates der Klett Familienkommanditgesellschaft in Stuttgart.
www.familienunternehmer-kongress.de/klett

Familienmanagement – Vom Adel lernen?

Über die (Un-)Vereinbarkeit von Beruf und Familie

In Familienunternehmen sind Beruf und Familie besonders gut miteinander vereinbar – oder gerade nicht. Ihre individuellen Vorstellungen stehen in engem Bezug zu wirtschaftlichem Erfolg und gesellschaftlichem Anspruch. Doch wie sind die Zusammenhänge genau? Welche Faktoren beeinflussen die Balance zwischen Ihrem privaten und beruflichen Leben?

Viele adlige Familien pflegen diesen Ausgleich seit Jahrhunderten. In diesem Workshop diskutieren Sie, ob und wie Sie vom Adel lernen können, die Balance zwischen Beruf und Familie dauerhaft zu leben.

Franziska Bischof-Jäggi studierte an der philosophischen Fakultät der Universität Freiburg Pädagogik und pädagogische Psychologie. Nach einer Weiterbildung zur Paar- und Familientherapeutin gründete sie 2001 die Familienmanagement GmbH in der Schweiz.
www.familienunternehmer-kongress.de/bischof

Gräfin Sonja Bernadotte ist seit 1981 Geschäftsführerin der Mainau GmbH. Sie ist Mitglied in mehreren Vorständen und Kuratorien mit dem Schwerpunkt Umwelt und Soziales. Neben zahlreichen Auszeichnungen und Ehrungen hat sie 1994 das Bundesverdienstkreuz erster Klasse verliehen bekommen. 2002 wurde sie von der Umweltstiftung WWF und der Zeitschrift „Capital“ als „Ökomanagerin des Jahres“ ausgezeichnet.
www.familienunternehmer-kongress.de/graefinsonja

Gräfin Bettina Bernadotte ist die persönliche Assistentin von Gräfin Sonja Bernadotte und Prokuristin der Mainau GmbH. Sie hat sich 2001 als Beraterin für Unternehmen im Tourismus (cbb-ok, Lindau) selbständig gemacht. Ihre Ausbildung machte sie an der staatlichen Studienakademie Ravensburg und schloss als Diplom Betriebswirtin (BA) ab.
www.familienunternehmer-kongress.de/graefinbettina



Franziska
Bischof-Jäggi



Gräfin Sonja
Bernadotte



Gräfin Bettina
Bernadotte

B

Freitag, 11.02.2005
16:00 – 18:30 Uhr

Workshop-Nr.:

B_03

UENGF

Nachfolge



Bastian Fassin

Hawaii oder Fruchtgummiverkäufer?

Gedanken zum Eintritt ins Familienunternehmen

Die nachfolgende Generation eines Familienunternehmens steht vor der Frage, ob sie in die Fußstapfen ihrer Väter und Mütter treten möchte oder sich entspannt auf den von den Eltern erwirtschafteten Lorbeeren ausruht. Möchte sie die Verantwortung für das Unternehmen und die Familie übernehmen? Und was sind die Beweggründe für ihre Entscheidung?

Bastian Fassin hat erfolgreich die Nachfolge von Katjes angetreten. In diesem Workshop setzt er sich mit seinen Gedanken auseinander, die ihn dazu bewegt haben, doch Fruchtgummiverkäufer zu werden: Warum steige ich in der dritten Generation in das Familienunternehmen ein? Was treibt mich dazu? Was ist die Motivation? Ist es der Schöpfergeist, die Tradition, die Eigenbestimmtheit, der Vater oder das Produkt?

Die Teilnehmer erwartet eine Schilderung der Reise von Bastian Fassin zum inneren Antrieb der Fortführung des Familienunternehmens. Es wird ergründet, warum und unter welchen Bedingungen sich die nachfolgende Generation für das Familienunternehmen entscheidet.

***Bastian Fassin** arbeitete nach seinem Studium der BWL bei Roland Berger & Partner in München. 2000 bis 2004 war er im Marketing und Vertrieb bei Kraft Foods in Bremen tätig. Im April 2004 trat er als geschäftsführender Gesellschafter International Sales in die Katjes Fassin GmbH & Co KG ein. www.familienunternehmer-kongress.de/fassin*

Workshop-Nr.:

B_04

UENGF

Nachfolge



Jon Baumhauer

Die Generationen-Strategie

Strategieentwicklung trotz Nachfolge

Der Wechsel an der Unternehmensspitze kann bisherige Strategien obsolet werden lassen. Wie entwickeln Sie eine generationenübergreifende Strategie?

Welche familienzuspezifischen Elemente enthält die Strategie? Welche Chancen ergeben sich aus einer relativen, planerischen Unabhängigkeit von Kapitalmärkten oder aus der Möglichkeit einer prognostizierbaren Führungsstruktur? Wie geht man mit den Risiken von Unflexibilität und Strategiehörigkeit bzw. der Gefahr einer unkritischen Selbstreflexion der eigenen Strategie um? Wie verhindert man trotz einer langfristigen Strategie den Verlust des Marktanschlusses und neuer Entwicklungen? Wie implementiert man Lösungen dieser Probleme und Möglichkeiten in eine passende Nachfolgeplanung?

Ziel dieses Workshops kann nicht ein allgemein passendes Strategiemodell für Familienunternehmen sein. Vielmehr soll er inspirieren und zu Gedanken anregen, die unkonventionell oder ungewöhnlich sind.

***Jon Baumhauer** ist Vorsitzender des Vorstandes, des Familienrates und stellv. Vorsitzender des Gesellschafterrates der E. Merck OHG und Aufsichtsrat der Merck KGaA. Er war Psychotherapeut und hat Philosophie, Geschichte und Psychologie in München und New York studiert. Er ist verheiratet und hat vier Kinder.*

www.familienunternehmer-kongress.de/baumhauer

Die Kunst des Scheiterns

Orientierung in der Krise

Krisen sind Veränderungsmöglichkeiten – wenn man sie zu nutzen versteht. Dies gilt für das Unternehmen wie für die Persönlichkeit. In der Regel wird Scheitern aber tabuisiert – zum Schaden aller. Denn das gefürchtete Ende der unternehmerischen Entscheidungsfreiheit kann neue Handlungsalternativen eröffnen. Dies ist jedoch nicht so einfach. Denn wenn der Handlungsspielraum schrumpft, steigt der Druck – besonders in Familienunternehmen.

Damit aus unternehmerischer Unsicherheit nicht persönliche Bedrohung wird, muss das Erneuerungspotenzial der Krise genutzt oder müssen unternehmerische Grenzen akzeptiert werden. Emotional entlasten kann sich derjenige, der antizipieren kann, welche Handlungsmöglichkeiten in der Krise oder gar Insolvenz verbleiben. Im verbleibenden Entscheidungsspielraum können Chancen klar definiert werden, wenn Vorbereitungen getroffen wurden.

In diesem Workshop diskutieren die Teilnehmer gemeinsam mit krisenerprobten Referenten unternehmerische wie persönliche Potenziale der Krise.

Dr. Andrea Steinhilber war als Urenkelin des Gründers 10 Jahre lang geschäftsführende Gesellschafterin eines Familienunternehmens in der Holz- und Bauindustrie. Dieses wurde 1999 wegen gravierender Strukturveränderungen in der Branche und mangelnder Perspektive geschlossen.
www.familienunternehmer-kongress.de/steinhilber

Ines Pohlmann war nach ihrer kaufmännischen Ausbildung Assistentin der Geschäftsleitung im mittelständischen Industriebetrieb und Geschäftsführerin des elterlichen Textilunternehmens. Sie ist seit 21 Jahren selbständig in einem Konkurs- und Insolvenzbüro tätig.
www.familienunternehmer-kongress.de/inespohlmann



Dr. Andrea Steinhilber



Ines Pohlmann

Die Neuentdeckung der Dienstleistung

Unternehmen zwischen Mitarbeitern, Familie und Kunden

In diesem Workshop steht der Kunde im Mittelpunkt des Interesses. All zu oft verschwindet dieser zwischen all den Interna aus dem Blickfeld – gerade in Familienunternehmen. Was kann man lernen und verbessern bei der Kundenpflege, Dienstleistungsorientierung und Außenwahrnehmung im Service?

Wo liegen Chancen und Möglichkeiten gerade für den Mittelstand in Deutschland? Und wie kann man sie umsetzen? Der Standort Deutschland hinkt noch immer einer ausgeprägten Dienstleistungsphilosophie hinterher.

Ziel dieses Workshops ist die Entdeckung der eigenen Dienstleistungsfähigkeit als Standortvorteil. Es wird kein universell passendes Dienstleistungs- oder Kundenpflegemodell angeboten – vielmehr wird der Workshop Inspiration und Gedanken liefern, Ansatzpunkte, die neues Denken und neue Technologien in diesem Themenbereich miteinander verbinden.

Hemjö Klein hat die Bahncard erfunden sowie das Vielfliegerprogramm Miles & More. Er war 20 Jahre in den Vorständen von Neckermann, Deutsche Reichs- und Bundesbahn, Deutsche Lufthansa und Stella AG tätig. 2001 gründete er die Live Holding AG, welche in Deutschland und den USA investiert. Hemjö Klein engagiert sich für Bildung und Sport und sitzt in diversen Aufsichtsräten.
www.familienunternehmer-kongress.de/klein



Hemjö Klein

B

Freitag, 11.02.2005
16:00 – 18:30 Uhr

Workshop-Nr.:

B_07

UENGF

Unternehmens-
führung &
Organisation



Gabriela Grillo

Potenziale ausschöpfen und Kräfte kanalisieren

Mitarbeitermotivation in Familienunternehmen

Motivierte Mitarbeiter schöpfen Wert – unmotivierte verzehren ihn. Neun von zehn Angestellten in Deutschland haben keine Lust mehr auf ihre Arbeit. Das ist kein Schönheitsfehler in der Unternehmenskultur, sondern ein massives wirtschaftliches Problem, welches sich bei entsprechender Führung vermeiden ließe. Was so einfach klingt, ist in der Praxis eine Kunst. Denn was motiviert, ist je nach Unternehmen und Mitarbeitern unterschiedlich.

Geld, Anerkennung und Offenheit motivieren; aber auch Aufstiegschancen, Gestaltungsmöglichkeiten und Zukunftsperspektiven. Unternehmen haben vielfältige Möglichkeiten der Motivation. Die Frage ist: Welche sind Ihre Möglichkeiten? Welche besonderen Möglichkeiten der Mitarbeitermotivation hat gerade ein Familienunternehmen?

In diesem Workshop werden, am Beispiel der Wilhelm Grillo Handelsgesellschaft mbH, Methoden aufgezeigt, wie Mitarbeiter mit gewöhnlichen und insbesondere außergewöhnlichen Methoden motiviert werden können.

***Gabriela Grillo** war nach ihrem Studium der Musik- und Theaterwissenschaften Mitglied der Deutschen Dressur-Nationalmannschaft. 1993 trat sie als geschäftsführende Gesellschafterin in die Wilhelm Grillo Handelsgesellschaft mbH ein. Seit 2001 ist sie Sprecherin des Vorstandes.
www.familienunternehmer-kongress.de/grillo*

Workshop-Nr.:

B_08

UENGF

Unternehmens-
führung &
Organisation



Dr. Ulrich Wacker



Torsten Groth

Professional Ownership

Wie kann die Überlebensfähigkeit des Familienunternehmens nachhaltig gesichert werden?

Nicht nur das Unternehmen muss gemanagt werden. Auch die Familie und der Gesellschafterkreis brauchen Zuwendung im Sinne eines „Professional Ownership“. Denn das Überleben eines Familienunternehmens ist nicht nur eine Frage der Konkurrenzfähigkeit, sondern auch eine Frage der Einigkeit und Handlungsfähigkeit der Familienmitglieder und Gesellschafter. Je älter ein Unternehmen wird und je größer die Zahl der Eigentümer ist, desto notwendiger und aufwändiger wird das Management der Gesellschafter.

In dem Workshop werden zentrale Ergebnisse einer Studie zu den „Erfolgsmustern langlebiger Familienunternehmen“ vorgestellt. Es wird aufgezeigt, was bekannte große deutsche Familienunternehmen unter „Professional Ownership“ verstehen, was sich aus überstandenen Krisen im Gesellschafterkreis lernen lässt, welche Kompetenzen Gesellschafter mitbringen sollten und wie junge Gesellschafter auf ihre Aufgaben vorbereitet werden können.

***Dr. Ulrich Wacker** ist Vorstandsvorsitzender der Wacker Construction Equipment AG sowie Gründer und Vorstandsvorsitzender der EQUA-Stiftung, die sich mit der Qualifizierung von nicht im Management tätigen Familiengesellschaftern zur Konfliktprophylaxe befasst.
www.familienunternehmer-kongress.de/wacker*

***Torsten Groth** ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Familienunternehmen. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Nachfolgemanagement, Beratung und Langlebigkeit von Familienunternehmen. Er veröffentlichte zu den Themen Familienunternehmen und Beratung zahlreiche Bücher und Fachartikel.
www.familienunternehmer-kongress.de/groth*



Gerhard Riemann

Das fremde Unternehmen leiten als sei es das Eigene

Fremdmanagement erfolgreich gestalten

Gibt es für Fremdmanager einen Unterschied zwischen privat geführten Unternehmen und öffentlichen?

Wie können Sie Fremdmanager langfristig an Ihr Unternehmen binden, so dass eine Identifikation mit dem Unternehmen entsteht; so dass sich Fremdmanager so verantwortungsvoll für Ihr Unternehmen einsetzen als würden sie es selbst besitzen?

In diesem Workshop wird aus Sicht eines Fremdmanagers dargestellt, worauf Sie generell achten sollten. Es werden im speziellen Kriterien untersucht, die für eine Identifikation mit dem Unternehmen wichtig sind. Der Referent berichtet aus eigenen Erfahrungen, welche Chancen und Risiken bei einem Eigentümerwechsel auftreten können.

Gerhard Riemann ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Imperial Logistics International GmbH, Duisburg und Executive Director der Imperial Holdings Ltd., Südafrika. Vor der Übernahme 1999 war er Mitglied des Vorstandes für den Bereich Logistik, Seeschifffahrt und Reisebüros bei der Krupp Hoesch International GmbH. Von 1965 bis 1983 hatte er leitende Positionen in der Lehnkering KG inne. Zudem ist er im Vorstand vom Groß- und Außenhandels Verband.

www.familienunternehmer-kongress.de/riemann

Standort Deutschland

Land (un-)begrenzter Möglichkeiten?

Ist Personalabbau und sind Produktionsverlagerungen aus Deutschland in einer globalisierten Welt unvermeidlich? Welche Chancen hat der Standort Deutschland noch? Von Idealisten allein kann er nicht erhalten werden. Unternehmerisches Risiko muss sich weiterhin auszahlen.

In diesem Workshop diskutieren Sie die Wettbewerbsvorteile des Standort Deutschland in einer globalisierten Welt. Welche unternehmerischen Spielräume und Handlungsmöglichkeiten gibt es? Es wird ersichtlich, wie Familienunternehmer in Deutschland die Globalisierung für sich nutzen können.

Lutz Goebel hat nach seinem Abschluss als Diplom-Ingenieur den MBA am INSEAD in Fontainebleau/Frankreich gemacht. Er war vier Jahre geschäftsführender Gesellschafter der Achenbach Buschhütten GmbH. Danach übernahm er die Geschäftsführung der Arthur D Little International. Heute ist er geschäftsführender Gesellschafter der Henkelhausen GmbH & Co KG, Krefeld, welche auch die Regionalvertretung West für die Firma Deutz innehat. Innerhalb der ASU leitet er die Kommissionen für das Projekt 2006 und für die Mittelstandsfinanzierung.

www.familienunternehmer-kongress.de/goebel



Lutz Goebel

B

Freitag, 11.02.2005
16:00 – 18:30 Uhr

Workshop-Nr.:

B_11

UENGF

Finanzen,
Steuern,
Recht



Dr. Rolf Banz

Dschungel oder rational funktionierender Markt?

Über falsche, übertriebene und berechnete Erwartungen an die Kapitalanlage

Unternehmerischer Erfolg hängt weitgehend von den Fähigkeiten eines Unternehmers ab. Die direkte Beziehung zwischen der Qualität der Entscheidungen und den erzielten Resultaten erlaubt es Unternehmern, weitgehend Herr seines eigenen Schicksals zu sein. Legt er sein Kapital jedoch auf dem Kapitalmarkt an, so ist dies oft von spürbarem Kontrollverlust begleitet. Der Zusammenhang zwischen Entscheidung und Erfolg ist oft weniger klar und der Zufall scheint eine sehr viel größere Rolle zu spielen.

Dieser Verlust der Kontrolle über die kurzfristigen Resultate und die weitgehende Abhängigkeit von externen Ereignissen ist gewöhnungsbedürftig. Eine Strategie ist erforderlich. Wer kann den Unternehmer dabei unterstützen? Welches sind die größten Fallen, die es auf dem Kapitalmarkt zu vermeiden gilt? Mit anderen Worten: Wie bahnt man sich den Weg aus dem Dschungel des Kapitalmarktes?

***Dr. Rolf Banz** machte seinen MBA am INSEAD und ist promovierter Ökonom. Er lehrte mehrere Jahre an bekannten Universitäten in den USA und in Europa. Danach gründete er in London eine Investment Firma mit Spezialisierung in Small Cap Strategien für institutionelle Investoren. www.familienunternehmer-kongress.de/banz*

Übersicht der Workshopeinheit C

Samstag, 12. Februar 2005, 10:00 Uhr – 12:30 Uhr

Seite 26 – 31

Workshop 1 Seite 26

C_01 UENGF · Familie

Integrationsmodelle für Gesellschafter

Ideen zur Einbindung der im Unternehmen nicht arbeitenden Gesellschafter

► Dr. Erich Reich, Heiner Ringer, Prof. Dr. Rudolf Wimmer

Workshop 2 Seite 27

C-02 UENGF · Familie

Lebenskultur zwischen Familie und Unternehmen II

Kritische Fragen eines Mönches

► Abt em. Stephan Schröer OSB

Workshop 3 Seite 27

C_03 UENGF · Nachfolge

Was tun?

Das Leben nach dem Familienunternehmen

► Hermann Bahlsen, Gerhard Stark

Workshop 4 Seite 28

C_04 UENGF · Nachfolge

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Erziehung zu verantwortungsbewussten Eigentümern

► Jens Corssen

Workshop 5 Seite 28

C_05 UENGF · Strategie

Familyness als Wettbewerbsvorteil

Der Erfolgsfaktor Familie

► Corinne Mühlebach, Dietrich Pestalozzi

Workshop 6 Seite 29

C_06 UENGF · Strategie

Verdammt zur Spitzenleistung

Wie entwickelt man eine Strategie?

► Dr. Christoph Weiß

Workshop 7 Seite 29

C_07 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Führungskräfte gewinnen und binden

Eine besondere Herausforderung für Familienunternehmen?

► Heiner Thorborg

Workshop 8 Seite 30

C_08 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Zwischen Beratung und Kontrolle

Der Beirat in Familienunternehmen

► Prof. Dr. Brun-Hagen Hennerkes

Workshop 9 Seite 30

C_09 UENGF · Unternehmensführung & Organisation

Konflikte und Krisen – wie man sie meistert!

Konfliktmanagement in Familienunternehmen

► Prof. Wolfgang Salewski, Dr. Daniel Terberger

Workshop 10 Seite 31

C_10 UENGF · Internationales

China – Wachstumsmarkt Nr.1

Vermeidbare Fehler und erfolgreiche Entscheidungen

► Helmut Kostal

Workshop 11 Seite 31

C_11 UENGF · Finanzen, Steuern, Recht

Unternehmens- und Vermögensnachfolge

Strategien zur steuerlichen Optimierung

► Dr. Markus Emmrich, Klaus Krink

U = Unternehmer/in
E = Ehepartner/in
N = Nachfolger/in
G = Gesellschafter/in
F = Fremdmanager/in



Dr. Erich Reich



Heiner Ringer

Prof. Dr.
Rudolf Wimmer

Integrationsmodelle für Gesellschafter

Ideen zur Einbindung der im Unternehmen nicht arbeitenden Gesellschafter

Die besondere Vitalität eines Familienunternehmens hängt unter anderem davon ab, in welchem Ausmaß es von Generation zu Generation gelingt, die Familiengesellschafter für das Unternehmen zu interessieren.

Am Beispiel der MHM Holding wird deutlich, wie dies in der Praxis bewältigt werden kann. Beispielsweise welche Rolle ein Beirat als Mittler zwischen Gesellschaftern und Unternehmensführung spielt und wie ein mitbestimmter Aufsichtsrat vernünftig in eine solche Führungskonstellation eingebaut werden kann. Welche Spielregeln in eine Satzung bzw. in eine Familienverfassung aufzunehmen sind, wie das Berichtswesen und die Kommunikation gegenüber den Gesellschaftern zu gestalten ist und wie die Dividendenpolitik sinnvoll gesteuert werden kann.

Bringen Sie Ihre persönlichen Fragen ein und diskutieren Sie die vorgestellten Modelle vor dem Hintergrund ihrer Erfahrungen mit den Referenten aus Theorie und Praxis.

Dr. Erich Reich ist Mitglied der Geschäftsführung der MHM Holding GmbH, einem Familienunternehmen mit ca. 250-jähriger Geschichte. Er studierte Maschinenbau- und Wirtschaftsingenieurwesen an der Technischen Universität München.

www.familienunternehmer-kongress.de/reich

Heiner Ringer ist Vorsitzender der Geschäftsführung der MHM Holding GmbH und Ressortleiter Strategie und Marketing für die hubergroup. Er wurde 1944 in Bayrischzell geboren und studierte Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

www.familienunternehmer-kongress.de/ringer

Prof. Dr. Rudolf Wimmer ist u.a. Lehrstuhlinhaber des Lehrstuhls für Führung und Organisation an der UWH. Er ist spezialisiert auf Fragen der Strategieentwicklung und des Veränderungsmanagements sowie auf die Konzeption und Implementierung neuer Führungsstrukturen.

www.familienunternehmer-kongress.de/wimmer

Abt em.
Stephan Schröer OSB

Lebenskultur zwischen Familie und Unternehmen II

Kritische Fragen eines Mönches

Im Unternehmen wird Leistung belohnt, in der Familie werden alle gleich behandelt. Sie wissen es: in Familienunternehmen fällt es schwer, diese Bereiche voneinander zu trennen. Der Zielkonflikt zwischen Fortbestand des Unternehmens und Liebe zur Familie kann zu Problemen führen. Er muss es aber nicht. Wie kann er gelöst beziehungsweise vermieden werden?

Die Gestaltung solcher Prozesse ist in hohem Maße von der Kultur im Unternehmen und in der Familie abhängig. Diese Kultur prägen Sie als Führungskraft, Unternehmer und Partner.

In Anlehnung an den erfolgreichen Workshop auf dem vergangenen Kongress diskutieren die Teilnehmer in diesem Jahr Lebenskulturen, welche helfen, sich im skizzierten Spannungsfeld zwischen Freiheit und Verantwortung zu bewegen.

Abt em. Stephan Schröer OSB hat Studien in den Bereichen der Wirtschaftswissenschaften, Theologie und Lehramt abgeschlossen. 1972 erhielt er die Priesterweihe. Er war 25 Jahre als Abt in der Abtei Königsmünster tätig und trat 2001 als Altabt zurück.

www.familienunternehmer-kongress.de/abtstephan

Was tun?

Das Leben nach dem Familienunternehmen

Sie haben die Führung Ihres Unternehmens erfolgreich abgegeben. Es beginnt ein neuer Lebensabschnitt. Bisher stand das Unternehmen im Vordergrund, nun sind Sie es selbst. Dies klingt trivialer, als es ist. Denn welches Ziel kann das Unternehmen ersetzen? Wie sieht ein Leben nach dem Familienunternehmen aus?

Sie diskutieren Ihre Gedanken zum Austritt aus einem Lebensabschnitt und Eintritt in einen neuen.

Am Beispiel zweier Erfahrungsberichte werden alternative Wege aufgezeigt, wie das Leben nach dem Familienunternehmen gestaltet werden kann.

Hermann Bahlsen war 40 Jahre lang im eigenen Familienunternehmen tätig, 20 Jahre davon als geschäftsführender Gesellschafter. Im Wege einer Sachteilung ist er 1996 aus der H. Bahlsen Keksfabrik KG ausgeschieden und ist seitdem Einzelunternehmer mit Beratungstätigkeiten für verschiedene Unternehmen.

www.familienunternehmer-kongress.de/bahlsen

Gerhard Stark war 48 Jahre im Familienunternehmen Holzverarbeitung Stark & Söhne in Bad Berleburg in und für die Geschäftsführung tätig bis zur Insolvenz im Jahre 1985. Zwei Jahre später trat er dann dem Senior Experten Service (SES), Bonn bei. Dieser entsendet ehrenamtlich tätige, pensionierte Fachleute zu Einsätzen in Betrieben aller Branchen, in Deutschland sowie Entwicklungs- und Schwellenländern. In dessen Auftrag verbrachte er über sieben Jahre im Ausland.

www.familienunternehmer-kongress.de/stark



Hermann Bahlsen



Gerhard Stark

C

Samstag, 12.02.2005
10:00 – 12:30 Uhr

Workshop-Nr.:

C_04

UENGF

Nachfolge



Jens Corssen

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Erziehung zu verantwortungsbewussten Eigentümern

Ist es möglich, den eigenen Kindern zum Ideal eines glücklichen Lebens zu verhelfen? Wie gehen Sie dabei mit den Erwartungen um, die Sie an Ihre Kinder haben? Gerade in Unternehmerfamilien ist die Erziehung der Kinder bis ins Erwachsenenalter ein sensibles Thema. Eltern meinen zu wissen, was dem Kind gut tut – das Kind sieht das oft anders. Es erkennt früh die Absichten der Eltern, einen Nachfolger nach ihren Vorstellungen zu formen – und reagiert trotzig. Zudem lernt Verantwortung nur, wer sich frei entwickeln kann. Doch die dafür notwendige Freiheit zuzulassen, kann gerade für erfolgreiche Menschen schwer sein.

Der Workshop gibt eine Orientierung, wie Eltern die eigenen Erwartungen und die Ihres Nachwuchses berücksichtigen und die Entwicklung zum verantwortungsvollen Nachfolger unterstützen können.

***Jens Corssen** ist Diplom-Psychologe und Verhaltenstherapeut. Der heutige Coach für Führungskräfte beriet lange Zeit junge Leute in allen Lebensfragen, referiert heute zur Eltern-Kind-Beziehung und ist Autor des Buches „Der Selbst-Entwickler“.*

www.familienunternehmer-kongress.de/corssen

Workshop-Nr.:

C_05

UENGF

Strategie



Corinne Mühlebach



Dietrich Pestalozzi

Familiness als Wettbewerbsvorteil

Der Erfolgsfaktor Familie

Welche Rolle spielt die Familie in Ihrem Unternehmen? Wie wirkt sich der Einfluss einer Familie auf die Ressourcen und Fähigkeiten eines Unternehmens aus? Wie kann ich den Aspekt „Familie“ für das Unternehmen strategisch nutzen? Wie wird die Familiness zum Wettbewerbsvorteil?

In diesem Workshop wird ein Strategieansatz für Familienunternehmen vorgestellt, der es erlaubt, diese Fragen systematisch zu beantworten. Mit Hilfe von theoretischen Konzepten und an Hand von Beispielen aus der Unternehmenspraxis wird aufgezeigt, wie Unternehmen ausgehend von den Informationen über ihre Familiness nachhaltige, erfolgreiche strategische Positionen aufbauen können. Die Unternehmerfamilie wird als Quelle von Wettbewerbsvor- und -nachteilen aktiv in den Prozess der Strategieentwicklung einbezogen.

***Corinne Mühlebach** ist vor vier Jahren ins elterliche, schweizerische Unternehmen A. Mühlebach & Co, Mühle, Würenlingen, eingetreten. Sie hat an der Universität St. Gallen studiert und schreibt dort ihre Dissertation zum Thema „Familiness als Wettbewerbsvorteil“. Während des Studiums hat sie mehrere internationale Praktika bei namhaften Unternehmen gemacht.*
www.familienunternehmer-kongress.de/muehlebach

***Dietrich Pestalozzi** (55, lic. oec. HSG) ist seit 2000 Gesamtleiter des über 200-jährigen Familienunternehmens Pestalozzi + Co AG, Dietikon/Zürich, das im Großhandel 250 Mitarbeitende beschäftigt. Der Übergang von der 7. zur 8. Generation wird in der Familie regelmäßig thematisiert.*
www.familienunternehmer-kongress.de/pestalozzi



Dr. Christoph Weiß

Verdammt zur Spitzenleistung

Wie entwickelt man eine Strategie?

Ist Ihre Umsatzrendite in den letzten fünf Jahren gestiegen? Zeigt der Rohertrag steigende Tendenz? Was ist mit Ihren Marktanteilen – konnten sie zulegen? In der Mehrheit aller Familienunternehmen lautet die Antwort: 3-mal NEIN!

Was ist zu tun? Eine klare und eindeutige Strategie ist unerlässlich. Sie muss von einem Ziel ausgehen und den Weg dahin beschreiben. Dabei soll sie Raum für Innovation und Flexibilität lassen und darf kreative Potenziale nicht unterdrücken. Wie entwickelt man sie also? Was muss sie enthalten? Was sollte nicht durch sie festgelegt werden? Und wie können Sie für Ihr Unternehmen mit einfachen Mitteln eine Strategie definieren? In diesem Workshop diskutieren Sie diese und weitere Fragen.

***Dr. Christoph Weiß** ist Vorsitzender des Vorstandes und Gesellschafter der TTS Tooltechnic Systems AG & Co KG, die durch Abspaltung des gesamten Werkzeugbereiches aus der Festo AG im Rahmen einer Realteilung der Gesellschafterstämme entstanden ist. Außerdem hat er Mandate in mehreren Aufsichts- und Beiräten. Nach der Promotion zum Dr. rer. pol. arbeitete er fünf Jahre lang bei der Unternehmensberatung McKinsey & Co. www.familienunternehmer-kongress.de/weiss*

Führungskräfte gewinnen und binden

Eine besondere Herausforderung für Familienunternehmen?

Eine der schwierigen Fragen für Familienunternehmen ist, wie passende Führungskräfte entdeckt und gewonnen werden, insbesondere aber wie sie langfristig an das Unternehmen gebunden werden können. Aus den unterschiedlichsten Gründen ist die Quote des Scheiterns hoch, was bei näherer Betrachtung aber nicht sein müsste.

Anhand von Beispielen aus der Praxis werden in diesem Workshop Erfolg und Misserfolg von Einstellungsentscheidungen und Führungskulturen diskutiert: Worauf müssen Sie in besonderem Maße achten, damit die Führung Ihres Unternehmens in der Zukunft in den richtigen Händen liegt?

***Heiner Thorborg** ist Diplom-Kaufmann und studierte an der Universität Hamburg. Vor 25 Jahren machte er sich als Personalberater mit Sitz in Frankfurt selbständig. Seitdem berät er Konzerne und Familien-gesellschaften bei der Besetzung oberster Führungspositionen. Er ist heute Ehrenpräsident des Harvard Clubs Rhein-Main und Ehrenpräsident der Harvard Business School Association of Germany. www.familienunternehmer-kongress.de/thorborg*



Heiner Thorborg

C

Samstag, 12.02.2005
10:00 – 12:30 Uhr

Workshop-Nr.:

C_08

UENGF

Unternehmens-
führung &
Organisation



Prof. Dr. Brun-Hagen
Hennerkes

Zwischen Beratung und Kontrolle

Der Beirat in Familienunternehmen

Der Beirat ist inzwischen für viele Familienunternehmen zu einer unverzichtbaren Beratungs- und Kontrollinstanz geworden. Dennoch ist seine Effizienz im Einzelfall oft verbesserungswürdig. Dies ist nicht erstaunlich, betreten doch viele Unternehmer mit einer Gründung eines Beirates persönliches Neuland. Vielen fehlt es daher an einem Erfahrungsaustausch.

Wie finden Sie die besten Beiratsmitglieder? Welche betrieblichen Funktionen soll der Beirat abdecken? Wie ist die optimale Entlohnung – fix oder gewinnabhängig? Wie steht es um seine Haftung? Wie, durch wen und in welchen Zeitabständen wird der Beirat informiert? Welche Kompetenzen soll der Beirat erhalten? Wodurch unterscheidet sich der Beirat vom gesetzlichen Aufsichtsrat? Welchen Zeitaufwand erfordert die Beiratstätigkeit? Über diese und weitere wichtige Fragen wird im Workshop diskutiert.

***Prof. Dr. Brun-Hagen Hennerkes** berät seit über drei Jahrzehnten ausschließlich Familienunternehmen in konzeptionellen Fragestellungen. Zudem hält er zahlreiche Aufsichts-, Beirats- und Verwaltungsratsmandate in bedeutenden deutschen Familienunternehmen. Er hat als Going-Public-Berater Familienunternehmen beim Gang an die Börse begleitet. Prof. Dr. Hennerkes ist unter anderem Autor des Standardwerkes „Familienunternehmen sichern und optimieren“. www.familienunternehmer-kongress.de/hennerkes*

Workshop-Nr.:

C_09

UENGF

Unternehmens-
führung &
Organisation



Prof.
Wolfgang Salewski

Konflikte und Krisen – wie man sie meistert!

Konfliktmanagement in Familienunternehmen

Konflikte gibt es viele, Konfliktpotenziale noch mehr. Oft erkennt man sie nicht oder scheitert daran, sie zu lösen. Gekonnter Umgang mit Konflikten setzt die Kenntnis der Ursachen und der Dynamik konfliktärer Erscheinungen voraus. Dabei ist es wichtig, zwischen persönlichen Problemen, Konflikten zwischen Personen und solchen Konflikten zu unterscheiden, die aus organisationalen Strukturen erwachsen. Ihre Wechselbeziehungen können systematisch analysiert und daraus ein klares Bild über den Konflikt gezeichnet werden.

In der Diskussion mit den Referenten erfahren Sie, mit welchen Methoden Profis Konflikte lösen und lernen, die den Konflikten eigene Dynamik und die Veränderungspotenziale für Ihre Zwecke zu nutzen. Es werden klare Handlungsempfehlungen entwickelt.

***Prof. Wolfgang Salewski** ist Diplom-Psychologe. Er beriet die Altkanzler Helmut Kohl und Helmut Schmidt. Er verhandelte bei über 60 Geiselnahmen im In- und Ausland, unter anderem in Mogadischu. 1972 gründete er das Institut für Konfliktforschung und Krisenberatung. Seit 2000 ist er im Zentralvorstand der Schörghuber Unternehmensgruppe. Er ist Geschäftsführer von Paulaner und Honorarprofessor der Fakultät für das Studium fundamentale an der Universität Witten/Herdecke. www.familienunternehmer-kongress.de/salewski*



Dr. Daniel Terberger

***Dr. Daniel Terberger** führt als Vorstandschef das Bielefelder Familienunternehmen KATAG AG. Er studierte in St. Gallen und Harvard Betriebswirtschaft. Nach seinem Abschluss in St. Gallen erhielt er ein Promotionsstipendium und promovierte über Krisen in Familienunternehmen. Terberger ist heute als Vorstand zweier Arbeitsgemeinschaften (BAG und LAG) einer der wesentlichen Repräsentanten des deutschen Handels. www.familienunternehmer-kongress.de/terberger*



Helmut Kostal

China – Wachstumsmarkt Nr. 1

Vermeidbare Fehler und erfolgreiche Entscheidungen

Wie realistisch ist der Unternehmenserfolg in China? Märchenhafte Renditen oder Investitionsausfall? Unbegrenzttes Wachstum oder schnelle Enttäuschung? China verspricht deutschen Unternehmen den erfolgreichen Markteinstieg und ist gleichzeitig heftig umstrittener Investitionsstandort. Viele deutsche Familienunternehmen haben den Schritt gewagt. Andere haben sich dagegen entschieden. Warum?

Welche Fehler können vermieden werden? Welche Entscheidungen waren erfolgreich? Was müssen Sie wissen, wenn Sie in China erfolgreich investieren wollen?

In diesem Workshop diskutieren die Teilnehmer ihre Erfahrungen, Befürchtungen und Hoffnungen.

Helmut Kostal wurde 1944 in Lüdenscheid geboren. 1972 trat er in das Unternehmen Leopold Kostal GmbH & Co. KG ein, seit 1981 ist er geschäftsführender Gesellschafter. Er ist mit seinem Unternehmen weltweit mit 22 Niederlassungen tätig, 1995 gründete er die KOSTAL China. www.familienunternehmer-kongress.de/kostal

Unternehmens- und Vermögensnachfolge

Strategien zur steuerlichen Optimierung

In diesem Workshop soll eine der zentralen Fragen in Familienunternehmen von der steuerlich – rechtlichen Seite betrachtet werden: die Nachfolge.

Welche Modelle und Strategien können entwickelt werden, um das eigene Unternehmen optimal der Nachfolgeneration zu übergeben? Wie können Vermögenswerte erhalten und Unternehmensliquidität gesichert werden – insbesondere wenn in der Nachfolge mehrere Gesellschafter mehrere Erben zu versorgen haben? Was kann ein Unternehmer schon heute für seine Nachfolger bzw. Erben in die Wege leiten, auch wenn bis zu einer Übergabe noch mehrere Dekaden vergehen werden? Welche Strategien lassen sich aus steuerlicher Sicht entwickeln, um die finanzielle Belastung bei der Unternehmensnachfolge möglichst gering zu halten? Welche rein zivilrechtlichen Rahmenbedingungen sind zu beachten, um Auseinandersetzungen zwischen den Erben zu vermeiden?

Ziel dieses Workshops ist die Sensibilisierung für ein wichtiges, aber oft ignoriertes Thema. Zusätzlich bietet er Ansatzpunkte und Gedanken für eine weitere Bearbeitung dieser Inhalte mit den eigenen Profis in Familie und Unternehmen.

Dr. Markus Emmrich, Steuerberater, Partner bei Mönning & Partner, Hamburg. Studium der Betriebswirtschaftslehre in Bayreuth, danach wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für betriebswirtschaftliche Steuerlehre und Wirtschaftsprüfung, Promotion 1998. Seit 2001 Lehrbeauftragter für das Umwandlungssteuerrecht an der Universität Bayreuth. www.familienunternehmer-kongress.de/emmrich

Klaus Krink, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Steuerrecht seit 1996 Partner bei Mönning & Partner, Hamburg. Juristisches Studium in Hamburg. Schwerpunkte sind die gesellschafts- und steuerrechtliche Gestaltungsberatung, M & A Transaktionen, Unternehmensnachfolge, Aktien- und Kapitalmarktrecht sowie die Begleitung von Börsengängen. www.familienunternehmer-kongress.de/krink



Dr. Markus Emmrich



Klaus Krink

Das studentische Organisationsteam

Im Mai 2004 traten wir die Nachfolge des Organisationsteams des vergangenen Kongresses für Familienunternehmen an, um eine inzwischen Tradition gewordene Veranstaltung mit Leben zu füllen. Das Team fand sich zusammen und wir vertieften uns in die Fragestellungen der Familienunternehmen, der aktuellen Forschung und deren Inhalte.

Bewährtes wurde verfeinert, Neues entdeckt, Kontakte geknüpft und Gespräche geführt. Der Austausch mit Unternehmerinnen und Unternehmern, Managern und Wissenschaftlern verhalf uns zu produktiver Kritik, gab uns wichtige Impulse und motivierte uns bei unserer Arbeit. Am Ende dieses Prozesses steht nun das Programm, das wir Ihnen hiermit vorstellen. Es ist das Ergebnis unserer Entdeckung neuer Horizonte.

Wir möchten an dieser Stelle all denjenigen von Herzen danken, die uns mit ihrem Wissen, ihren Erfahrungen, ihrem Vertrauen und ihrer Zeit bei der Zusammenstellung des Programms und der Erstellung dieser Broschüre mit Rat und Tat unterstützt haben. Ein herzliches Dankeschön geht auch an die Mitarbeiter der UWH Forschungsgesellschaft und des Instituts für Familienunternehmen für deren fortwährende Hilfsbereitschaft.

Die Zusammenstellung dieses Programms hat uns viel Freude bereitet und wir hoffen damit Themen anzusprechen, die Sie neugierig machen und bewegen. Wir freuen uns darauf, mit Ihnen interessante, gesellige, abwechslungsreiche und horizontenerweiternde Tage auf dem Campus der Universität Witten/Herdecke zu verbringen.

Erkunden wir Neue Horizonte!

Ihr studentisches Organisationsteam
für den VII. Kongress für Familienunternehmen



Sebastian Book



Tobias Braun



Franz-Josef Gausepohl



Martina Schiffer



Lisa-Milena Varsek

NEUE HORIZONTE

Anmeldung & Information



Ihre Anmeldung

1. Sobald Ihr Anmeldeformular bei uns eingegangen ist, erhalten Sie von uns eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung.
2. Nach Eingang des Rechnungsbetrages auf unserem Konto reservieren wir für Sie die von Ihnen gewählten Wunsch- und Alternativworkshops.

Bitte beachten Sie, dass die Teilnehmerzahl sowohl für den Kongress als auch für die Workshops begrenzt ist. Entscheidend für die verbindliche Vergabe der Teilnahmeplätze ist der Eingang der Zahlung.

Falls Ihre Anmeldung vor dem 15. Dezember 2004 bei uns eingegangen ist, gewähren wir Ihnen den unten angegebenen Frühbucherrabatt.

Die Teilnahmegebühr beträgt (zuzüglich 16% MwSt.):	Regulär	Frühbucher
Erster Teilnehmer Ihrer Familie/Ihres Unternehmens	€ 1.150,-	€ 1.075,-
Zweiter Teilnehmer Ihrer Familie/Ihres Unternehmens	€ 870,-	€ 840,-
Weitere Teilnehmer Ihrer Familie/Ihres Unternehmens	€ 590,-	€ 570,-

Der Anmeldeschluss für den Kongress ist Freitag, der 21. Januar 2005.
Bei Stornierungen der Anmeldung bis zum 27. Januar 2005 behalten wir uns vor, eine Bearbeitungsgebühr von € 75,- zu erheben. Bei Stornierungen ab dem 28. Januar 2005 werden 50% der Teilnahmegebühr berechnet.

Das Hotel

Um Ihren organisatorischen Aufwand möglichst gering zu halten, haben wir für Sie im Grand Hotel Mercure in Dortmund ein Kontingent an Zimmern reserviert.

Ein eigens für den Kongress eingerichteter kostenloser Fahrdienst bringt Sie jederzeit komfortabel zum Campus der Universität Witten/Herdecke und zurück zu Ihrem Hotel.

Bitte vermerken Sie auf der beiliegenden Faxanmeldung, ob Sie ein Hotelzimmer buchen möchten. Das Grand Hotel Mercure wird Ihnen dann die entsprechenden Anmeldeformulare zukommen lassen.

Die Kosten für die Übernachtung sind nicht in der Teilnahmegebühr enthalten.

Es gelten folgende Zimmerpreise (inklusive 16% MwSt.):

Einzel-/Doppelzimmer € 90,- pro Nacht, excl. Frühstück in der Komfortkategorie

Einzel-/Doppelzimmer € 97,- pro Nacht, excl. Frühstück in der Clubkategorie

Das Frühstücksbuffet kostet € 15,- pro Person und Tag.

Grand Hotel Mercure

Lindemannstraße 88

44137 Dortmund

Tel.: +49(0) 231/ 91 13 -0

Fax: +49(0) 231/ 91 13 -999

Unser Service

Ein „Kongress für die ganze Familie“ bedeutet für uns, dass auch die ganz kleinen Familienmitglieder willkommen sind. Gerne bieten wir Ihnen die Betreuung Ihrer Kinder während des Kongresses an. So können Sie ungestört an den Workshops teilnehmen und Ihre Kleinen haben genügend Abwechslung beim Spielen.

Sollten Sie zwischen den Workshopeinheiten Interesse haben, unsere Universität näher kennen zu lernen, können Sie sich bei einer Führung durch die Universität Witten/Herdecke ein umfassendes Bild über die Geschichte, die Fakultäten und die Einrichtungen unserer Universität machen.

Gerne möchten wir auch Ihren kulinarischen Wünschen entsprechen und bieten Ihnen selbstverständlich vegetarische Speisen an.

Bitte vermerken Sie auf den vorgesehenen Feldern der Anmeldung welche dieser Angebote Sie wahrnehmen möchten. Gerne können Sie sich auch direkt mit uns in Verbindung setzen, falls wir Ihre Teilnahme in anderer Weise erleichtern können.

Änderungen vorbehalten

Sollte ein von Ihnen gewünschter Workshop bereits ausgebucht sein oder ausfallen, werden wir uns mit Ihnen umgehend in Verbindung setzen, um dann gemeinsam eine ansprechende Alternative zu finden. Sollte der Kongress wider Erwarten abgesagt werden müssen, erhalten Sie selbstverständlich Ihre Teilnahmegebühr zurückerstattet.

Das Institut für Familienunternehmen

Familienunternehmen bestimmen das Bild unserer Wirtschaft. Über 75% aller Unternehmen im deutschsprachigen Raum sind Familienunternehmen. Auch in Zukunft werden sie die dominierende Unternehmensform in unserem Wirtschaftssystem sein. Sie leisten einen herausragenden Beitrag zum Wohlstand und zur Zukunftssicherung unserer Gesellschaft. Was indes die charakteristischen Merkmale und die spezifischen Managementanforderungen dieses Unternehmenstyps sind, ist bislang nicht hinreichend erforscht.

Die interdisziplinäre Beschäftigung mit den Besonderheiten dieses Typs von Unternehmen und den sich daraus ergebenden Chancen und Risiken hat sich das 1998 gegründete Deutsche Bank Institut für Familienunternehmen zur Aufgabe gemacht. Die Konzeption des Instituts für Familienunternehmen orientiert sich an den spezifischen Fragestellungen, denen sich Führungskräfte von Familienunternehmen stellen müssen. Deshalb setzt sich das Institut aus drei Lehrstühlen der Bereiche Unternehmensentwicklung, Wirtschaftsrecht sowie Führung und Organisation von Familienunternehmen zusammen.

Durch die enge Zusammenarbeit von Wirtschaft und Wissenschaft, den beständigen Austausch zwischen Familienunternehmen und dem Institut, werden praxisrelevante und aktuelle Forschungsergebnisse erzielt. Um einen noch intensiveren Erfahrungsaustausch zu pflegen, ist das Institut eine wissenschaftliche Kooperation mit der ASU, der Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer e. V., eingegangen. Durch zahlreiche Publikationen, Presseartikel, Interviews, Lehrveranstaltungen und Fachvorträgen ist es dem Institut gelungen, das öffentliche Interesse für Familienunternehmen zu wecken.

Gemeinsam mit studentischen Organisationsteams werden die jährlich stattfindenden Kongresse für Familienunternehmen inhaltlich konzipiert – eine im deutschsprachigen Raum einzigartige Plattform für Wissensvermittlung und Erfahrungsaustausch.

Im Jahr 2005 wird die Deutsche Bank als Förderer des Institutes durch einen Kreis von Familienunternehmern ersetzt. Dies wird durch eine Umbenennung zum Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU) dokumentiert. Durch den Wechsel in der Trägerschaft entsteht ein „Institut von Familienunternehmen für Familienunternehmen“. 40 Familienunternehmerinnen und Familienunternehmer tragen das Institut mit einem festen Beitrag über fünf Jahre und treten gleichzeitig in eine Zusammenarbeit mit den Lehr- und Forschungskräften des Institutes sowie Studierenden der Wirtschaftsfakultät ein. Zwischen den Trägern entsteht so ein intensiver Kontakt über Branchen- und Unternehmensgrenzen hinweg.

Es ist uns gelungen, eine große Zahl von engagierten Familienunternehmerinnen und Familienunternehmern für das Projekt zu gewinnen.

Sollten Sie interessiert sein, eine Institutsträgerschaft zu übernehmen, so wenden Sie sich bitte an das Kongressteam oder setzen sich direkt mit Cornelia Kliment unter Cornelia.Kliment@uni-wh.de in Verbindung.

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaft

Eine Fakultät für Wirtschaftswissenschaft lehrt und forscht für die Wirtschaft der Zukunft. Niemand kann wissen, wie diese Zukunft aussehen wird. Die moderne Wirtschaft wandelt sich rasant und wird zunehmend komplexer. Mit ihr verändern sich auch das Wissen und die Rezepte für erfolgreiches Handeln. Gefragt ist der flexible und zugleich sichere Umgang mit vielschichtigen Problemen, die Fähigkeit, angesichts von Unsicherheit und Widersprüchen überraschende Lösungen zu finden.

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Universität Witten/Herdecke zielt mit Forschung und Lehre auf die Förderung dieser Beweglichkeit ab. Wie lernt man, sich selbst und andere zu überraschen? Wie lassen sich Innovationen in der Wirtschaft und in Unternehmen produzieren? Wie lassen sich Widerstände intelligent überwinden? Solche und ähnliche Fragen stehen im Zentrum von Lehre und Forschung unserer Fakultät.

Das Studium integriert Praxiserfahrung, internationalen Austausch und die Auseinandersetzung mit grundlegenden und innovativen Theorien. Ziel ist die Ausbildung von fachlicher, methodischer, persönlicher und sozialer Kompetenz. Selbständige und selbstorganisierte Arbeit der Studierenden wird bewusst gefördert. So ist auch der Kongress für Familienunternehmen, welcher ausschließlich von Studierenden organisiert wird, eine studentische Initiative.

Die Forschung der Fakultät konzentriert sich auf innovative Theorieansätze und Methoden, die wirtschaftswissenschaftliche und gesellschaftswissenschaftliche Ansätze in interdisziplinären Studien miteinander verbinden.

Weitere Informationen über die Fakultät finden Sie unter www.uni-wh.de/wiwi.

Die Private Universität Witten/Herdecke gmbH

Die Universität Witten/Herdecke ist eine private Initiative aus Wissenschaft und Wirtschaft mit dem Ziel, in Ausbildung, Forschung und Hochschulorganisation Besonderes zu leisten. Sie orientiert ihre Arbeit an internationalen Spitzenleistungen und will die öffentliche und wissenschaftliche Diskussion in Deutschland mit ihren Beiträgen bereichern.

Die Universität wurde Anfang der 1980er Jahre zunächst mit der medizinischen Fakultät gegründet. Mittlerweile sind auch die Fakultäten Zahnmedizin, Wirtschaftswissenschaften, Biowissenschaften und die Fakultät für das Studium fundamentale vertreten.

Mit circa 1.150 Studenten ist Witten/Herdecke eine kleine Universität, die die Möglichkeit des kontinuierlichen Dialogs, des fachlichen wie persönlichen Gesprächs zwischen Studierenden und Lehrenden bietet. Die „Gemeinschaft der Lehrenden und Lernenden“ wird hier gelebt.

Die Anregung zu lebenslangem Lernen, die Förderung methodischer und sozialer Kompetenz, Selbständigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Offenheit und Kreativität in Ergänzung zu fachlicher Kompetenz, sind erklärte Ziele der Universität Witten/Herdecke.

Weitere Informationen über die Universität finden Sie unter www.uni-wh.de.





IMPRESSUM

Organisationsteam für den
VII. Kongress für Familienunternehmen
an der Universität Witten/Herdecke

UWH Forschungsgesellschaft mbH
Alfred-Herrhausen-Strasse 44
58455 Witten

Telefon +49 (0) 23 02 / 915 -263
Telefax +49 (0) 23 02 / 915 -262

Email: info@familienunternehmer-kongress.de
Internet: www.familienunternehmer-kongress.de

Veranstaltungsort:
Universität Witten/Herdecke
Alfred-Herrhausen-Strasse 50
58448 Witten

Konzeption & Layout:
Anja Schiller,
schiller@familienunternehmer-kongress.de

Teamfotos:
Philipp Wente,
www.philippwente.com

Druck gesponsort von:

Plano Druck GmbH

www.planodruck.de

Umschlagveredelung gesponsort von:



www.thomasgruppe.de

Auflage: 4.500



UWH Forschungsgesellschaft mbH
Alfred-Herrhausen-Straße 44, D-58455 Witten
Telefon +49(0)23 02/ 915- 263, Fax +49(0)23 02/ 915- 262
info@familienunternehmer-kongress.de
www.familienunternehmer-kongress.de