

Geleitwort

Die hier als Buch veröffentlichte Dissertation von Alexander Koeberle-Schmid widmet sich einer speziellen Fragestellung der Corporate Governance, nämlich der Funktion von Aufsichtsgremien und Familienrepräsentanzen in Familienunternehmen. Dem Autor geht es dabei sowohl um die Analyse der Aufgaben von Aufsichtsgremien und Familienrepräsentanzen als auch um Messung ihres Beitrags zum Erfolg von Familienunternehmen.

Diese Fragestellung ist zweifellos von großer theoretischer Bedeutung. So versuchen betriebswirtschaftliche Studien seit etlichen Jahren, die Unterschiede zwischen Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen zu identifizieren. Dabei hat sich die Corporate Governance als wesentliches Unterscheidungskriterium erwiesen. Innerhalb der Corporate Governance kommt den Kontroll- und Beratungsgremien unbestreitbar große theoretische Bedeutung zu. Sie senken die Agency-Kosten und erhöhen potenziell die Effizienz der Unternehmensführung. Empirisch wurde für Deutschland jedoch nachgewiesen, dass Familienunternehmen signifikant seltener Aufsichts- bzw. Beratungsgremien einrichten als Nicht-Familienunternehmen. Insofern ist es verdienstvoll, dass Herr Koeberle-Schmid den Ursachen für dieses Phänomen nachgeht und damit die Theorie der Corporate Governance in Familienunternehmen weiter ausbaut. Von großer theoretischer Bedeutung ist auch die Untersuchung der Familienrepräsentanzen bzw. Familienräten, die bisher in wissenschaftlichen Studien kaum untersucht wurden. Zwar liegen einige Beiträge von Praktikern zu Fragen der Funktion und der geeigneten Gestaltung von Familienrepräsentanzen vor, es fehlt ihnen jedoch durchweg an einer theoretischen Fundierung und einer empirischen Überprüfung. Insofern ist auch hier eine hohe theoretische Relevanz der verfolgten Fragestellung anzuerkennen.

Für die Praxis der Familienunternehmen sehe ich die Relevanz der vorliegenden Arbeit darin, dass sie theoretisch fundierte und empirisch überprüfte Hypothesen zur optimalen Gestaltung von Aufsichts- und Beratungsgremien in Familienunternehmen liefert. Der Autor untersucht mit der Frage des Managements der Familie ein Thema, das für alle größeren und älteren Familienunternehmen von großer praktischer Relevanz ist. Es wird dabei auch überzeugend dargestellt, unter welchen Umständen Familienunternehmen ähnliche Agency-Probleme aufweisen wie Nicht-Familienunternehmen. Die in diesem Buch vorgestellten Ergebnisse sind meiner Ansicht nach nicht nur für die Fortentwicklung der Theorie der Familienunternehmen, sondern auch für die Praxis des strategischen Managements in Familienunternehmen relevant und wichtig. Ich wünsche dem vorliegenden Buch daher eine gute Aufnahme in Forschung und Praxis.

Prof. Dr. Peter Witt