

Die generationsdifferenzierte Risikowahrnehmung betrieblicher Risiken in touristischen Familienunternehmen

AUSGANGSLAGE & PROBLEMSTELLUNG

Die Tourismusbranche im Alpenraum ist von klein- und mittelstrukturierten Familienunternehmen geprägt (Peters & Buhalis, 2004). Die Konsensfindung der am Familienunternehmen beteiligten Generationen wird durch divergente Risikowahrnehmungen erschwert (Hiebl, 2012). Dies wirkt sich auf unternehmerische Entscheidungen aus, die bedeutend für die Familie und die Existenz des Unternehmens sind (Berrone, Cruz, Gomez-Mejia & Larraza-Kintana, 2010).

Aus einer generationsdifferenzierten Perspektive bietet die aktuelle Forschungsliteratur keine Untersuchungen zur Risikowahrnehmung und zum Risikoverhalten in der Generationennachfolge von touristischen Familienunternehmen (Falkner & Hiebl, 2015; Glowka & Zehrer, 2019).

FORSCHUNGSFRAGE

Wie werden betriebliche Risiken in touristischen Familienunternehmen generationsdifferenziert wahrgenommen?

ZIELSETZUNGEN

Deskriptives Ziel	Unterschiedliche Risikowahrnehmung und Risikoverhalten von übergebenden und übernehmenden Generationen in touristischen Familienunternehmen im Alpenraum beschreiben
Empirisch-analytisches Ziel	Explorative Daten erheben, die als Grundlage für weitere empirische Analysen dienen und die Anwendbarkeit der hier gewählten Theorien prüfen
Präskriptiv-normatives Ziel	Handlungsempfehlungen ableiten, welche die Unternehmerfamilien bei der Risikobewältigung unterstützen können

Tabelle 1: Zielsetzungen

THEORETISCHER HINTERGRUND

Der Kern der „Theorie des sozioemotionalen Wertes“ ist die Priorisierung nicht-ökonomischer Ziele vor ökonomischen Zielen zum Erhalt des sozioemotionalen Wertes (Berrone, Cruz Gomez-Mejia, 2012).

In der Übertragung auf Familienunternehmen bedeutet dies, dass Entscheidungen nicht allein nach dem Paradigma der Gewinnmaximierung erfolgen, sondern berücksichtigt auf spezifische Interessen der Eigentümerfamilie.

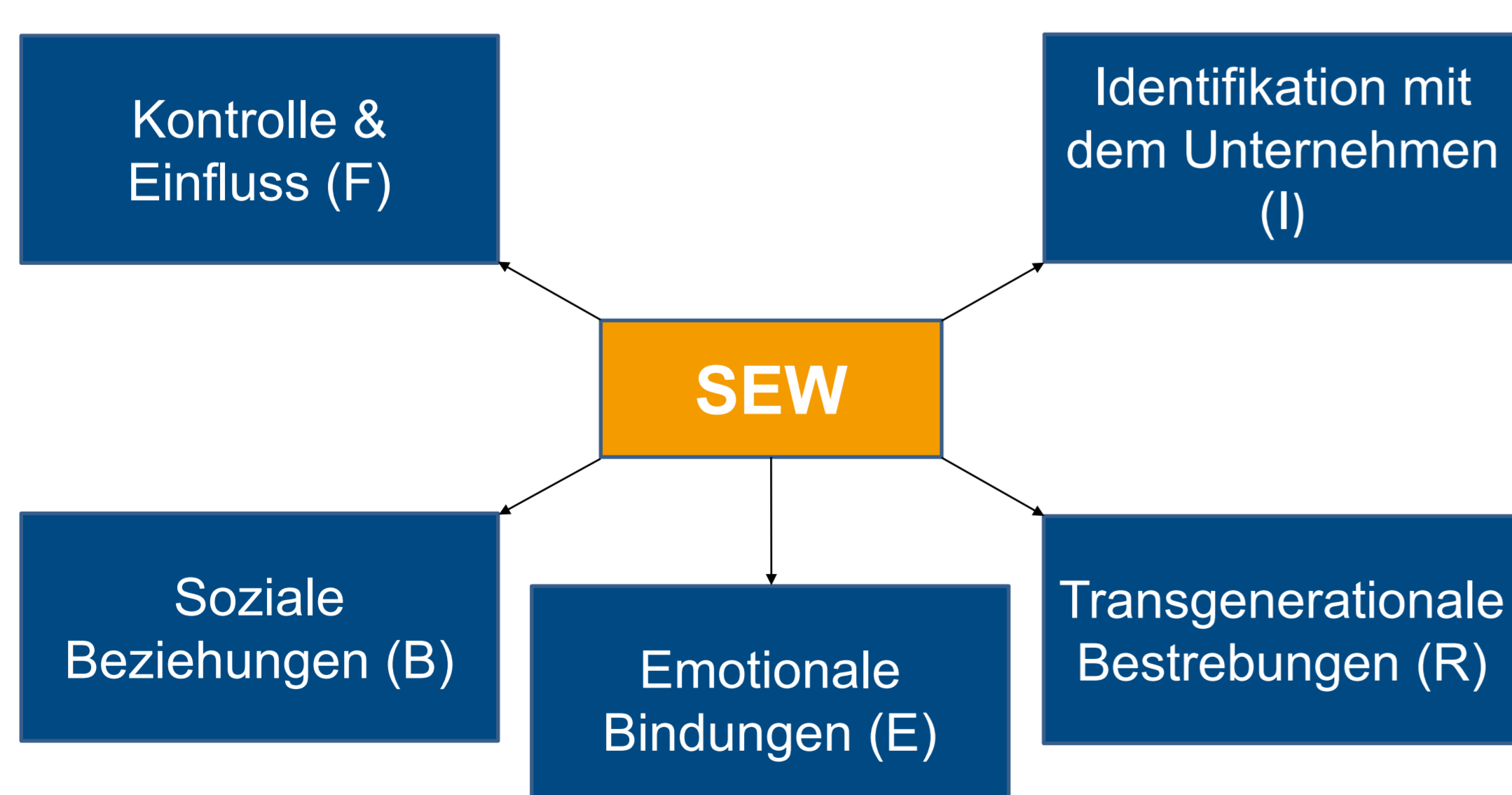


Abbildung 1: FIBER-DIMENSIONEN | Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an Berrone, et al. (2012)

FORSCHUNGSDESIGN

Qualitative Forschung: Leitfadengestützte Interviews mit Übergebenden und Übernehmenden von touristischen Familienunternehmen

Datenerhebung: 21. März bis 30. April 2020

Stichprobe: n=12 (Übergebende = 6; Übernehmende = 6)

Analyseverfahren: Strukturierte, zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Mayring (2010)

ERKENNTNISSE

Übergebende Generation	Übernehmende Generation
Abgabe von Kontrollrechten im Finanzierungs- und Investitionsbereich fällt schwer	Fokus auf Vermögenserhaltung statt Vermögensbildung
Arbeitskräftemangel wird als Risiko identifiziert, das Vertrauen in Personal als wichtig angesehen	Arbeitskräftemangel wird als Risiko identifiziert, das Vertrauen in Personal erscheint weniger wichtig
Erhöhte Risikowahrnehmung im Marketingmanagement wegen persönlicher Erfahrungsdefizite	Verantwortungsübernahme im Marketingmanagement aufgrund von Defiziten der übergebenden Generation
Kostenmanagement wird mit wenig Unsicherheit assoziiert	Kostenmanagement wird aufgrund mangelnder eigener Kenntnisse als Risiko empfunden
Chancen im Ökomanagement durch Integration nachhaltiger Technologien werden erkannt	Wenig Erfahrung im Bereich Ökomanagement vorhanden
Innerfamiliäre Beziehungen werden nach außen als emanzipiert beschrieben	Moralischer Druck in Bezug auf Nachfolge erkennbar

Tabelle 2: Erkenntnisse der Studie

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



Abbildung 2: Handlungsempfehlungen | Quelle: eigene Darstellung

LITERATUR

Berrone, P., Cruz, C. & Gomez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional Wealth in Family Firms. Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research. *Family Business Review*, 25(3), 258–279.
 Berrone, P., Cruz, C., Gomez-Mejia, L. R. & Larraza-Kintana, M. (2010). Socioemotional Wealth and Corporate Responses to Institutional Pressures. Do Family-Controlled Firms pollute less. *Administrative Science Quarterly*, 55, 82–113.
 Falkner, E. M. & Hiebl, R. W. (2015). Riskmanagement in SMEs. A systematic Review of available Evidence. *The Journal of Risk Finance*, 16(2), 122–144.
 Glowka, G. & Zehrer, A. (2019). Tourism Family-Business Owners' Risk Perception. Its Impact on Destination Development. *Sustainability*, 11(24), 6992.
 Hiebl, R. W. (2012). Risk Aversion in Family Firms. What do we really know? *The Journal of Risk Finance*, 14(1), 49–70.
 Peters, M. & Buhalis, D. (2004). Family Hotel Businesses. Strategic Planning and the Need for Education and Training. *Education and Training*, 46(8/9), 406–415.