

Klaus-Heiner Röhl

Die Zukunft der Familienunternehmen in Deutschland

Potenziale und Risiken in der globalen Wirtschaft

Klaus-Heiner Röhl

Die Zukunft der Familienunternehmen in Deutschland

Potenziale und Risiken in der globalen Wirtschaft

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-602-45186-9

Diese Studie ist das Ergebnis eines Projekts, das von der C.D.-Stiftung im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V. finanziell gefördert wurde.

Der Autor

Dr. rer. pol. **Klaus-Heiner Röhl**, geboren 1968 in Buchholz in der Nordheide; Studium der Volkswirtschaftslehre in Kiel; 1994 Promotionsstipendium des Freistaates Sachsen, 2000 Promotion; 2001 bis 2002 in der Dresdener Niederlassung des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung; seit März 2002 im Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Hauptstadtbüro Berlin), Referent für „Mittelstands- und Regionalpolitik“ innerhalb des Wissenschaftsbereichs Wirtschaftspolitik und Sozialpolitik.

Herausgegeben vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2008 Deutscher Instituts-Verlag GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 84–88, 50968 Köln
Postfach 51 06 70, 50942 Köln
Telefon 0221 4981-452
Fax 0221 4981-445
div@iwkoeln.de
www.divkoeln.de

Druck: Hundt Druck GmbH, Köln

Inhalt

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Einleitung | 6 |
| 1.1 | Familienunternehmen – Versuch einer Annäherung | 6 |
| 1.2 | Übersicht über die Studie | 8 |
| 2 | Familienunternehmen: Statistisch schwer zu fassen | 9 |
| 2.1 | Anteile nach Rechtsformen | 9 |
| 2.2 | Große Familienunternehmen | 11 |
| 2.3 | Familienunternehmen in der Industrie | 12 |
| 3 | Organisationsformen im Lebenszyklus des Familienunternehmens | 13 |
| 3.1 | Das Gründer-Familienunternehmen | 13 |
| 3.2 | Das Mehrgenerationen-Familienunternehmen | 15 |
| 3.2.1 | Perpetuierung des Kleinfamilienunternehmens | 15 |
| 3.2.2 | Stämmebildung in Familienunternehmen | 16 |
| 3.2.3 | Das Großfamilienunternehmen | 19 |
| 4 | Strategische Ausrichtung: Besonderheiten von Familienunternehmen | 23 |
| 4.1 | Konfliktfelder zwischen Familie und Unternehmen | 23 |
| 4.2 | Die Familienstrategie | 24 |
| 4.3 | Die Unternehmensstrategie | 26 |
| 4.3.1 | Hidden Champions | 26 |
| 4.3.2 | Die Strategie großer Familienunternehmen | 28 |
| 5 | Die Besteuerung von Familienunternehmen | 29 |
| 5.1 | Gewerbsteuer | 30 |
| 5.2 | Einkommensteuer | 30 |
| 5.3 | Vergleich der Steuerbelastung von Personen- und Kapitalgesellschaften | 32 |
| 6 | Das Familienunternehmen im Spiegel des IW-Zukunftspanels | 34 |
| 6.1 | Das IW-Zukunftspanel – Aufbau und Nutzung | 34 |
| 6.2 | Strukturdaten und Erfolgskennzahlen | 37 |
| 6.2.1 | Die Struktur des IW-Zukunftspanels | 37 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 6.2.2 | Die Führungsstruktur der Unternehmen | 40 |
| 6.2.3 | Das Alter der Unternehmen | 40 |
| 6.2.4 | Die Nettoumsatzrendite | 42 |
| 6.2.5 | Die Beschäftigungsentwicklung | 44 |
| 6.3 | Innovation sowie Forschung und Entwicklung | 45 |
| 6.3.1 | Innovatoren | 45 |
| 6.3.2 | Forschung und Entwicklung | 46 |
| 6.4 | Internationalisierungsstrategien | 50 |
| 6.4.1 | Export und andere Auslandsaktivitäten | 50 |
| 6.4.2 | Regionale, überregionale und internationale Märkte | 54 |
| 6.5 | Standortentscheidungen und regionale Vernetzung | 58 |
| 6.5.1 | Wirtschaftsaktivitäten an in- und ausländischen Standorten | 59 |
| 6.5.2 | Netzwerke und Kooperationen | 61 |
| 6.5.3 | Die Einbindung in Wertschöpfungsketten | 63 |
| 6.5.4 | Die Chancen am Heimatstandort | 65 |
| 7 | Finanzierung und Bilanzen von Familienunternehmen und Nichtfamilienunternehmen | 69 |
| 7.1 | Unternehmenskennzahlen aus der Bilanzstatistik des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes | 69 |
| 7.1.1 | Die Struktur der DSGVO-Daten | 69 |
| 7.1.2 | Bilanzkennzahlen: Eigenkapital und Bankverbindlichkeiten | 70 |
| 7.1.3 | Erfolgskennzahlen: Umsatzrendite und Cashflow | 73 |
| 7.1.4 | Produktivität: Der Umsatz je Mitarbeiter | 75 |
| 7.1.5 | Personal- und Zinsaufwand | 77 |
| 7.1.6 | Ein Vergleich: Die Bilanz des „virtuellen“ Familienunternehmens | 79 |
| 7.2 | Stärkung des Eigenkapitals: Private Equity in Familienunternehmen | 81 |
| 7.3 | Auswirkungen neuer Bilanzierungsrichtlinien – IFRS für den Mittelstand | 84 |
| 8 | Corporate Responsibility: Verantwortung gegenüber dem Unternehmen, seinen Mitarbeitern und der Gesellschaft | 87 |
| 8.1 | Corporate Governance in Familienunternehmen | 89 |
| 8.2 | Unternehmenskontrolle im Familienunternehmen – Kontrollgremien | 93 |
| 8.2.1 | Gesellschafterversammlung | 95 |
| 8.2.2 | Beirat | 96 |
| 8.2.3 | Aufsichtsrat | 97 |
| 8.3 | Gesellschaftliche Verantwortung – Corporate Social Responsibility | 97 |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 9 | Unternehmensnachfolge | 103 |
| 9.1 | Quantitative Bedeutung | 104 |
| 9.2 | Steuerliche Aspekte der Nachfolge | 107 |
| 9.3 | Sicherung der Kontinuität gegen drohende Strukturbrüche | 108 |
| 9.4 | Nachfolgeregelungen und Unternehmensgröße | 110 |
| 9.5 | Hilfestellungen bei der Nachfolgelösung | 111 |
| 10 | Fazit: Familienunternehmen behaupten ihre Stellung – wenn wichtige Rahmenbedingungen stimmen | 112 |
| | Literatur | 116 |
| | Kurzdarstellung / Abstract | 120 |

1

Einleitung

1.1 Familienunternehmen – Versuch einer Annäherung

Auf den ersten Blick scheint der Begriff Familienunternehmen inhaltlich eindeutig zu sein. Das familiengeführte Unternehmen bildet in der öffentlichen Wahrnehmung den Gegenpol zum „anonymen“ managergeführten Unternehmen, üblicherweise ein Großunternehmen oder Konzern. Da Letzteres nicht zuletzt aufgrund der in den Medien vorherrschenden Berichterstattung über den Abbau von Arbeitsplätzen an inländischen Standorten diffuse Ängste einer Fremdbestimmung und eines Ausgeliefertseins gegenüber den Kräften der Globalisierung auslöst, ist der Begriff Familienunternehmen überwiegend positiv besetzt. Dies war allerdings nicht immer so – in den siebziger Jahren galt das Familienunternehmen als altmodisch und als eine Art Auslaufmodell (Wimmer et al., 2005).¹

Die heutzutage wieder überwiegend positive Einschätzung des Modells Familienunternehmen heißt aber nicht, dass auch alle unter diesem Begriff das Gleiche verstehen. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass der Begriff Familienunternehmen durchaus nicht so einfach zu fassen ist, sondern viele Facetten aufweist. Ein jeder kann sich darunter etwas anderes vorstellen, vom lokal tätigen Handwerksbetrieb bis zum weltweit agierenden Industrieunternehmen einer alteingesessenen Unternehmerfamilie, die über Generationen hinweg kontinuierlich die Geschäfte ausgeweitet hat. Und die Unternehmensführung muss nicht zwingend von der maßgeblichen Eigentümerfamilie selbst gestellt werden, wenn man den Begriff des Familienunternehmens nicht sehr eng fassen will.

Für eine weite Fassung des Begriffs spricht einiges, nicht zuletzt die Möglichkeit eines plötzlichen Wechsels zwischen Familien- und Managerführung. Mit einer kontrollierenden Mehrheit der Eigentumsanteile am Unternehmen kann die Familie eine Fremdgeschäftsführung austauschen und durch eine neue familienfremde oder auch aus dem Kreis der Eigentümerfamilie stammende Unternehmensleitung ersetzen. Da dies praktisch jederzeit möglich ist, erscheint eine Zuordnung der managergeleiteten Unternehmen, die von einer Eigentümerfamilie dominiert werden, zu den Familienunternehmen angemessen. Fremdmanagement kann auch als eine Übergangslösung dienen, bis ein geeigneter Nachfolger aus

¹ Im Rahmen der damals postulierten Annäherung der kapitalistischen und sozialistischen Wirtschaftssysteme schien nach Meinung vieler eher dem großen kapitalmarktorientierten Unternehmen die Zukunft zu gehören – natürlich unter maßgeblicher Mitkontrolle der Arbeitnehmer und des Staates. Der die Geschicke seines Unternehmens und damit oft auch seiner Mitarbeiter bestimmende Familienunternehmer oder „Patriarch“ galt im Rahmen der gesellschaftlichen Infragestellung von Autoritäten als obsolet.

der Familie Qualifikation und Erfahrung erworben hat, oder bewusst als System der Unternehmensführung von den Familiengeschaftern gewählt werden.²

Wie aber soll die exakte Definition des Familienunternehmens lauten? In der Unternehmensforschung hat man sich zuletzt von strikten Eingrenzungen bezüglich der Eigentumsmehrheit und der Unternehmensführung gelöst, stattdessen verwendet beispielsweise Klein (2004, 14 f.) ein Definitionsmaß, das auf die Bereiche Eigentum, Kontrolle und Führung abstellt sowie indirekt die Erfahrung und Unternehmenskultur mit berücksichtigt.³ Verschiedene Konstellationen, bei denen im Schnitt die 50-Prozent-Grenze überschritten wird, können eine Zuordnung zur Gruppe der Familienunternehmen herbeiführen. Der Nachteil einer solchen Vorgehensweise ist, dass sie kaum für empirische Untersuchungen verwendbar ist. Für die Selbsteinstufung der Unternehmen im Rahmen der Befragung durch das IW-Zukunftspanel, die dem empirischen Teil der vorliegenden Analyse zur Zukunft der Familienunternehmen zugrundeliegt (vgl. Kapitel 6), wurde deshalb folgende leicht verständliche Definition gewählt, die den Begriff trotzdem relativ weit fasst: „Ein Unternehmen gilt als Familienunternehmen, wenn sich mindestens 50 Prozent des stimmberechtigten Kapitals des Unternehmens im Eigentum einer natürlichen Person, einer Familie oder mehrerer verwandter Familien befinden, die gemeinsam einen kontrollierenden Einfluss auf die Geschäftsführung ausüben.“ Die Beteiligung von Familienmitgliedern an der Unternehmensführung ist nach dieser Definition also nicht maßgeblich für die Zuordnung, auch wenn in der Literatur zum Teil eine enge Eingrenzung auf ausschließlich familiengeführte Unternehmen gewählt wird (Lange, 2005, 2586).

Auf die von Klein (2004, 17) getroffene Unterscheidung zwischen Eigentumsmehrheit und Kontrolle des Unternehmens wird hier verzichtet, da nur in sehr seltenen Fällen die Kontrollfunktion von der Eigentumsmehrheit abgetrennt ist.⁴ Eingeschlossen sind hingegen Unternehmen, die von Einzelpersonen ohne Familie geführt werden. Bei einer Dichotomie der Gesamtheit aller Unternehmen in Familienunternehmen und Nichtfamilienunternehmen erscheint dies als die einzig sinnvolle Zuordnung – andernfalls müsste man mit mehr als zwei Unternehmenstypen arbeiten. Dabei ist zu beachten, „dass es eine Vielfalt von

² Das IfM (2007, 5) unterscheidet zwischen Familienunternehmen im eigentlichen Sinne, die durch die Einheit von Leitung und Eigentum geprägt sind, und Familienunternehmen im weiteren Sinne mit Familiendominanz auf der Eigentumsseite. Diese Gruppe ist laut IfM-Definition deckungsgleich mit den mittelständischen Unternehmen. Die Definition der Familienunternehmen im weiteren Sinne der Stiftung Familienunternehmen (IfM, 2007, 6) ist hingegen nahezu deckungsgleich mit der hier verwendeten Begriffsbestimmung. Einbezogen sind allerdings auch Unternehmen im Eigentum mehrerer nichtverwandter Familien.

³ Aus den drei Elementen Macht (Power), Erfahrung (Experience) und Unternehmenskultur (Culture) wird ein F-PEC genannter Index entwickelt, um Familienunternehmen abzugrenzen (Astrachan et al., 2002, 46).

⁴ In der empirischen Untersuchung von Klein (2004) galt dies nur für acht Unternehmen.

Familienunternehmen gibt, die vor allem eines gemeinsam haben, sie werden eben nicht von Konzernen oder einer relativ anonymen Masse von Eigentümern kontrolliert, sondern von Familienmitgliedern. Unternehmen, die von alleinstehenden Personen kontrolliert werden, die (noch) keine Familie gegründet haben, sind somit als potenzielle Familienunternehmen ein Sonderfall des Familienunternehmens“ (Klein, 2004, 160 f).

Als weiteres Problem bei der Analyse von Familienunternehmen ist die wenig einheitliche Definition des Begriffs Familie zu nennen. Sozialwissenschaftlich und juristisch besteht die Familie aus den Eltern beziehungsweise zumindest einem Elternteil und einem oder mehreren minderjährigen Kindern. Mit dem 18. Geburtstag des jüngsten Kindes wäre der Status des Betriebs als Familienunternehmen bei Zugrundelegung dieser engen Familiendefinition also genauso zweifelhaft wie für den Betrieb des Einzelunternehmers oder der Einzelunternehmerin, der beziehungsweise die jedoch jederzeit durch Heirat, Geburt oder Adoption die Transformation zum Familienunternehmer im engeren familientypologischen Sinn vollziehen kann.

Die heute übliche Kleinfamilie aus Eltern, Kindern und gegebenenfalls noch Großeltern ist aber ohnehin wenig geeignet, um dem Phänomen Familienunternehmen näher zu kommen. Der Familienbegriff ist in diesem Fall erheblich weiter zu fassen und entspricht eher der Familiendynastie oder dem traditionellen „Clan“, da sich das Unternehmen ein paar Generationen nach der Gründung oft im Eigentum mehrerer Familienzweige befindet, die aus dem Blickwinkel der heute üblichen Kleinfamilie eher als Verwandtschaft zu bezeichnen sind. Das Unternehmen selbst ist der Fokus, der mehr oder weniger eng Verwandte zu einer Familie macht.⁵

1.2 Übersicht über die Studie

Nach den Eingangsüberlegungen folgt im zweiten Kapitel ein Überblick über Familienunternehmen in Statistik und Empirie. Da es keine statistische Primärerhebung zur Frage des Familieneigentums gibt, muss auf eine Kombination aus statistischen Daten und einer Hochrechnung von Befragungsergebnissen zurückgegriffen werden. Anschließend wird auf die verschiedenen Organisationsformen von Familienunternehmen eingegangen. Das neu gegründete Unternehmen ist oft ein Einzelunternehmen oder wird zumindest vom Eigentümer selbst geführt. Durch Erbschaft entstehen Geschwister- und schließlich Stämmeunternehmen, deren Führung und Ausbau ein hohes Geschick erfordern. Erfolgreiche Mehr-

⁵ Ein gutes Beispiel dafür sind die Textilkaufhauskette C&A und die Familie Brenninkmeyer.

generationen-Familienunternehmen sind oft als Großfamilienunternehmen organisiert, wobei das Familienmanagement einen ebenso großen Raum wie das Management des Unternehmens einnehmen kann. Dieser Sachverhalt spielt auch in der Strategie für das Familienunternehmen eine Rolle. Strategische Fragen vom Konflikt- und Familienmanagement bis zu Unterschieden in der Ausrichtung familien- und kapitalmarktgesteuerter Firmen sind das Thema des vierten Kapitels. Die Besteuerung von Familien- und anderen Unternehmen wird im fünften Kapitel behandelt. Unterschiede sind wesentlich von der Rechtsform abhängig; Personenunternehmen werden anders besteuert als Kapitalgesellschaften. Dies gilt auch seit Inkrafttreten der Unternehmenssteuerreform Anfang 2008.

Kapitel 6 enthält den Kern der eigenen empirischen Arbeit des IW Köln, eine Auswertung des Zukunftspanels der IW Consult mit den Schwerpunkten Forschung und Entwicklung beziehungsweise Innovation, Internationalisierung und Standorttreue sowie Netzwerke und Kooperationen in regionalen Lieferketten. Es schließt sich eine Auswertung der Bilanzkennzahlen des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes in Kapitel 7 an. Hier liegt eine der umfangreichsten Datenbasen zu kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland vor, die nach Rechtsformen nutzbar gemacht werden kann. Nachfolgend wird der Bereich unternehmerische Verantwortung – Corporate Responsibility – thematisiert. Zunächst wird auf Fragen der Corporate Governance und der Unternehmenskontrolle in Familienunternehmen eingegangen, dann werden die Resultate von Untersuchungen zur beträchtlichen Aktivität von Familienunternehmen in gesellschaftlichen und sozialen Bereichen zusammenfassend vorgestellt. Das letzte inhaltliche Kapitel ist dem Thema der Unternehmensnachfolge, der für deutsche Familienunternehmen eine große Rolle zukommt, gewidmet. Das abschließende Kapitel fasst die Ergebnisse der Studie zur Zukunftsfähigkeit der Familienunternehmen in Deutschland zusammen.

2

Familienunternehmen: Statistisch schwer zu fassen

2.1 Anteile nach Rechtsformen

Die deutsche Unternehmenslandschaft wird maßgeblich von Familienunternehmen dominiert, obwohl diese nur selten im Rampenlicht stehen. Da ihr definierendes Charakteristikum die Einheit von Eigentum am Unternehmen und überwiegend auch der Leitung des Unternehmens in den Händen eines Mitglieds

oder mehrerer Mitglieder einer Familie ist, sind sie jedoch statistisch nur schwer zu erfassen. Weder im Handelsregister noch beim Statistischen Bundesamt oder in den Bilanzdaten der Bundesbank wird eine Unterscheidung in Familienunternehmen und Nichtfamilienunternehmen vorgenommen. Bei Personenunternehmen – dazu zählen acht von zehn Betrieben in Deutschland – ist die Einheit von Leitung und Eigentum definitionsgemäß gegeben, sodass wir sie den Familienunternehmen im weiteren Sinne zuordnen können. Für andere Rechtsformen gibt es aber keine eindeutige Zuordnung. Man ist daher auf Ergebnisse von Unternehmensbefragungen angewiesen, die auf den Gesamtbestand der Unternehmen einer Rechtsform hochgerechnet werden. Tabelle 1 überträgt die Anteile der Familienunternehmen an allen Unternehmen mit bestimmter Rechtsform, wie sie das Institut für Mittelstandsforschung Bonn (IfM) ermittelt hat (Wolter/Hauser, 2001, 72), auf die aktuellsten Unternehmensbestandszahlen der Umsatzsteuerstatistik.

| Familienunternehmen nach Rechtsformen | | Tabelle 1 |
|--|---------------|--|
| | Anzahl | Anteil an allen Unternehmen, in Prozent |
| AG und KGaA | 1.891 | 28 |
| GmbH | 331.002 | 80 |
| GmbH & Co. KG und KG | 99.556 | 88 |
| OHG und GbR | 188.794 | 95 |
| Einzelunternehmen | 1.375.279 | 100 |
| Insgesamt | 1.999.796 | 93 |

AG = Aktiengesellschaft; KGaA = Kommanditgesellschaft auf Aktien; GmbH = Gesellschaft mit beschränkter Haftung; Co. = Compagnie; OHG = Offene Handelsgesellschaft; GbR = Gesellschaft bürgerlichen Rechts; nur umsatzsteuerpflichtige Unternehmen ab 50.000 Euro Umsatz (2005).
 Quellen: Statistisches Bundesamt, 2007; IfM, 2007, 18

Eigentümer- und Familienunternehmen stellen mit nahezu zwei Millionen Firmen 93 von 100 Unternehmen; dabei sind Kleinstbetriebe mit weniger als 50.000 Euro Umsatz nicht berücksichtigt.⁶ Auch bei der Mehrheit der GmbHs ist die Übereinstimmung von Familieneigentum und Geschäftsführung gegeben. Acht von zehn GmbHs und sogar fast neun von zehn GmbH & Co. KGs sowie Kommanditgesellschaften sind als Familienunternehmen einzustufen. Selbst unter den etwa 7.500 wirtschaftsaktiven Aktiengesellschaften mit Sitz in Deutschland erfüllen etwa 30 Prozent das Kriterium eines Familienunternehmens, wenn man

⁶ Bei diesen handelt es sich fast ausschließlich um Einzelunternehmen; es erscheint aber fraglich, ob sie die notwendige kritische Größe für eine Übertragung an die nachfolgende Generation erreichen. Sie bleiben somit häufig im Stadium des potenziellen Familienunternehmens und werden vor einer Übergabe wieder geschlossen.

die wirtschaftliche Kontrolle durch Mehrheitseigentum oder die kontrollierende Mehrheit der Stimmrechte aufgrund von Stammaktien betrachtet.

Weitet man die Untersuchung auf den gesamten Unternehmensbestand aus, steigt der Anteil durch die üblicherweise eigentümergeführten Kleinstbetriebe noch an. Auf Basis des Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamts, das etwa 3,2 Millionen Unternehmen enthält, ermittelte das IfM (2007) einen Anteil der familiengeführten Unternehmen von 95 Prozent (Tabelle 2).⁷ Auf diese entfallen mit 57 Prozent zwar deutlich mehr als die Hälfte der Beschäftigten des Wirtschaftssektors, aber mit knapp 42 Prozent ein spürbar geringerer Anteil der Umsätze. Insbesondere die vielen kleinen Familienbetriebe weisen offenbar eine größere Personalintensität und eine höhere Fertigungstiefe als die nicht familien-dominierten Großunternehmen auf.

Familienunternehmen: Anzahl, Umsatz und Beschäftigung

Tabelle 2

Hochrechnung auf Basis des Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamts

| | Absolute Größen | Anteil an allen Unternehmen, in Prozent |
|--------------|-----------------------|--|
| Unternehmen | 3 Millionen | 95,1 |
| Umsatz | 1.900 Milliarden Euro | 41,5 |
| Beschäftigte | 13,4 Millionen | 57,3 |

Quelle: IfM, 2007, 24

2.2 Große Familienunternehmen

Bei den Familienunternehmen handelt es sich aber durchaus nicht nur um kleine und mittelständische Betriebe. Etwa 1.200 Familienbetriebe sind Großunternehmen oder Konzerne mit mehr als 50 Millionen Euro Umsatz. In der Umsatzsteuerstatistik für das Jahr 2003 waren 8.640 Großunternehmen mit mindestens 50 Millionen Euro Umsatz enthalten. Diese Zahl reduzierte sich in der Untersuchung des IfM (2007) zu großen Familienunternehmen auf eine Anzahl von etwa 3.500 Konzernen beziehungsweise Unternehmensgruppen, wenn man gegenseitige Verflechtungen oder die Kontrolle durch Mehrheitseigentum berücksichtigt. Damit stellen die familiendominierten Großunternehmen oder Unternehmensgruppen etwa ein Drittel aller Wirtschaftseinheiten mit mindes-

⁷ Dabei verwenden die Forscher des IfM eine enge Definition des Begriffs Familienunternehmen und betrachten nur familiengeführte Einheiten. Während der Einfluss bei der Anzahl der Unternehmen nur gering sein dürfte, ist bei den Umsatz- und Beschäftigtenanteilen eine stärkere Untererfassung gegenüber der hier gewählten weiteren Definition der familiendominierten Unternehmen anzunehmen.