



PRESSEMITTEILUNG VOM 15.10.2021

Wie Familienunternehmen zu einer erfolgreichen Nachhaltigkeitsstrategie gelangen

Neuer Praxisleitfaden des Wittener Instituts für Familienunternehmen (WIFU) zeigt auf, wie Familienunternehmen eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln und entlang der Wertschöpfungskette des Unternehmens integrieren können.

An dem Thema Nachhaltigkeit kommt heutzutage keine Unternehmerin und kein Unternehmer vorbei. Der gesellschaftliche Druck auf Unternehmen, Nachhaltigkeit zum Schwerpunktthema zu machen und die unternommenen Nachhaltigkeitsanstrengungen offenzulegen, wächst rasant. Gerade Familienunternehmen haben durch ihre Langfristorientierung sowie die enge Bindung an ihre Kunden, Lieferanten und Beschäftigten tendenziell einen besonderen Hang zu nachhaltigem Wirtschaften. Bei der Entscheidung über Nachhaltigkeitsinitiativen spielt die jeweilige Eigentümerfamilie eine tragende Rolle. Doch wie genau sieht ihr Einfluss aus? Wie lässt sich eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln, die die Familienseite ebenso berücksichtigt wie die Unternehmensseite? Diesen und weiteren Fragen widmen sich Andrea Gerlitz und Prof. Dr. Marcel Hülsbeck in dem neuen WIFU-Praxisleitfaden *Die dynamische Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie in Familienunternehmen – ein Transformationsmodell für die Praxis*.

Nach einer kurzen begrifflichen und historischen Einordnung beleuchtet das Autorenduo das Thema Nachhaltigkeit in Familienunternehmen vor dem Hintergrund der Erkenntnisse aus der Forschung. Anschließend wird die Leserschaft mit einem praxisrelevanten Modell zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie vertraut gemacht, das Familienunternehmen als Anregung dienen soll und an die eigene Situation anpassbar ist. Der letzte Teil des Leitfadens richtet die Aufmerksamkeit auf den Faktor Kommunikation. Es wird deutlich, dass es ohne umfassende Kommunikation auf allen Ebenen keine erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategie geben kann. Der planvollen Einbindung von Unternehmerfamilie, Management, Beschäftigten, Kunden und Lieferanten in den Prozess der Strategieentwicklung, so eine zentrale Schlussfolgerung der Autoren, kommt dabei eine große Bedeutung zu.

„Nachhaltigkeit ist vielen Unternehmerfamilien ein wichtiges Anliegen, allerdings fehlt es oft an konkreten Ansatzpunkten zur Entwicklung einer eigenen Strategie“, erläutert Hülsbeck.

„Mithilfe unseres Modells kann jede Unternehmerfamilie anhand zehn konkreter, aufeinander aufbauender Schritte eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln und in Familie und Unternehmen verankern“, ergänzt Gerlitz.

Alle WIFU-Praxisleitfäden stehen auf der Homepage des WIFU (www.wifu.de/bibliothek) kostenlos zur Verfügung. Weitere Auskünfte erteilt Dr. Ruth Orenstrat unter ruth.orenstrat@uni-wh.de oder +49 2302 926-506.

Über uns:

Die **Universität Witten/Herdecke (UW/H)** nimmt seit ihrer Gründung 1982 eine Vorreiterrolle in der deutschen Bildungslandschaft ein: Als Modelluniversität mit über 2.800 Studierenden in den Bereichen Gesundheit, Wirtschaft und Kultur steht die UW/H für eine Reform der klassischen Alma Mater. Wissensvermittlung geht an der UW/H immer Hand in Hand mit Werteorientierung und Persönlichkeitsentwicklung.

Witten wirkt. In Forschung, Lehre und Gesellschaft.

Das **Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU)** der **Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft** der **Universität Witten/Herdecke** ist in Deutschland der Pionier und Wegweiser akademischer Forschung und Lehre zu Besonderheiten von Familienunternehmen. Drei Forschungs- und Lehrbereiche – Betriebswirtschaftslehre, Psychologie/Soziologie und Rechtswissenschaften – bilden das wissenschaftliche Spiegelbild der Gestalt von Familienunternehmen. Dadurch hat sich das WIFU eine einzigartige Expertise im Bereich Familienunternehmen erarbeitet. Ein exklusiver Kreis von rund 80 Familienunternehmen macht dies möglich. So kann das WIFU auf Augenhöhe als Institut von Familienunternehmen für Familienunternehmen agieren. Mit derzeit 21 Professoren leistet das WIFU seit mehr als 20 Jahren einen signifikanten Beitrag zur generationenübergreifenden Zukunftsfähigkeit von Familienunternehmen.