



Mythen in Unternehmerfamilien

#15

„Kennen Sie ein Family Office,
dann kennen Sie ein Family Office.“



Was steckt hinter dem Mythos?

- Jedes Single Family Office unterscheidet sich von den Single Family Offices anderer Familien **auf fachlicher Seite** durch
 - seinen Aufgabenzuschnitt,
 - die Bedürfnisse der Familienmitglieder,
 - den unterschiedlichen Grad von In- und Outsourcing und
 - die strategische Stellung, die es inhaberstrategisch und innerhalb der familiären Vermögensverwaltung innehat.
- Auf **personeller Seite** bestehen wesentliche Unterschiede in
 - den Kompetenzen und Fähigkeiten der Mitarbeiter,
 - der Aufteilung der Tätigkeiten auf die verschiedenen Funktionen innerhalb und außerhalb des Family Offices und
 - der Integration von Familienmitgliedern in die Arbeit des Family Offices.
- Family Offices übernehmen oft sehr individuelle Aufgaben, die wirtschaftlich nicht sinnvoll darstellbar sind, sondern das **Zwischenmenschliche** in der Inhaberfamilie fördern sollen oder der **Liebhaberei** einzelner Vermögensinhaber entspringen.



Was spricht gegen den Mythos?

- Die große **Unterschiedlichkeit** ist nicht Family Office-typisch, sondern gilt für sonstige der gleichen Branche angehörende Unternehmen auch.
- Family Offices unterliegen zwar im Unterschied zu sonstigen Unternehmen keinem unmittelbaren **Marktdruck** und jeder Familie steht es frei, ein unwirtschaftliches oder qualitativ nicht besonders gutes Family Office zu betreiben, ohne dass dieses sofort insolvent gehen müsste.
- Ein schlechtes Family Office wird aber keine guten Ergebnisse erzielen und damit auch seiner Aufgabe zur Förderung des Familienzusammenhalts nicht langfristig nachkommen können, weil sich die **Gesellschafter** von ihm abwenden werden.
- Dieser Effekt wird die Aufgabe, gute **Mitarbeiter** zu gewinnen und zu halten, erschweren und damit das Schlechtleistungsrisiko noch einmal erhöhen.



Ist der Mythos richtig?



Der Mythos ist falsch.

- Single Family Offices stehen im **Wettbewerb** zu Multi Family Offices und anderen Dienstleistern.
- Sie müssen daher den marktüblichen **Qualitätsanforderungen** genügen, also
 - die inhaberstrategischen Ziele der Familie stringent verfolgen,
 - hinsichtlich der Ergebnisse ihrer Vermögensanlage einer die Familienziele reflektierenden Benchmark genügen,
 - ein Risikomanagement vorhalten, das dies nicht gefährdet,
 - ihre Dienstleistungen im best practice-Standard erbringen und
 - die von ihnen verursachten (Mehr-)Kosten durch den von ihnen generierten (Mehr-)Wert für die Familie überkompensieren.
- **Liebhaberei** in Teilbereichen befreit auch hier nicht vom Erfordernis operativer Exzellenz und ändert insgesamt nichts am Erfordernis und der Messbarkeit von Qualität.



Eine ausführlichere Textfassung zum Thema dieses Sliders finden Sie unter <http://www.fidubonum.de/Mythen/>

Interesse an weiteren Mythen in Unternehmerfamilien?

- Siehe unter <http://www.fidubonum.de/Mythen/> oder
- melden Sie sich unter kontakt@fidubonum.de zum Versand an.

Kontakt



Dr. Henning Schröer

Geschäftsführer der fidubonum GmbH & Co. KG

 hs@fidubonum.de

 0172 3530078