

## Immobilienbrief

### *Faktor Familie*

Von Bernhard Schoofs

Nach einer Studie des Beratungshauses Auxilion haben Familienunternehmen die Wirtschaftskrise besser bewältigt als nicht familiengeführte Unternehmen. Von den größten Familienunternehmen in Deutschland wiesen Ende 2009 nur vier ein Minus auf – und zwar mit maximal fünf Prozent Umsatzrückgang. Auch in der Immobilienbranche machten die Belastungen der globalen Wirtschaftskrise das Fundament sichtbar, auf das die Firmen gebaut sind: Familienunternehmen verzichteten häufiger auf kurzfristige Renditechancen und erwiesen sich so als weniger empfindlich gegenüber konjunkturellen Turbulenzen. Insbesondere die im Durchschnitt höhere Eigenkapitalquote half, um Durststrecken zu überstehen.

Der entscheidende Unterschied zwischen den rein kapitalmarktgetriebenen Unternehmen und einem familiengeführten Unternehmen ist der Planungshorizont der Geschäftsleitung. Während Geschäftsführer von nicht eigentümergeführten Firmen vor allem am Jahresergebnis gemessen werden, gilt in Familienunternehmen die Prämisse, das Unternehmen generationsübergreifend zu erhalten. Die Bereitschaft, langfristige Investitionen vorzunehmen, ist entsprechend größer.

Bei der Investition in eine Immobilie ist das wichtigste Ziel der Erhalt des Kapitals, auch auf Kosten der Rendite. An zweiter Stelle steht, dass mit der Immobilie auch Jahrzehnte nach der Investition noch Zahlungsströme erwirtschaftet werden können. Weniger wichtig ist hingegen die erzielbare Eigenkapitalrendite in den ersten Jahren. Ein hoher Fremdkapitalanteil bei Investitionen kommt für Familienunternehmen deshalb trotz der derzeit niedrigen Zinssätze üblicherweise nicht in Frage.

Der Studie zufolge wirken sich die Einheit von Eigentum und Führung, bewährte Geschäftsprinzipien, gewachsene Kunden- und Lieferantenbeziehungen und eine langfristige Bindung der Mitarbeiter positiv auf den Erfolg aus. Familienunternehmen pflegen stärker als Nichtfamilienunternehmen eine Un-

ternehmenskultur, die auf nachhaltigen Erfolg, regionale Verankerung und Wertschätzung der Mitarbeiter sowie ein Wir-Gefühl im Unternehmen ausgerichtet ist. Die 500 beschäftigungsstärksten Familienbetriebe erhöhten ihre Mitarbeiterzahl zwischen 2006 und 2008 um 4 Prozent auf 2,21 Millionen. Im Gegensatz dazu verzeichneten nicht familiengeführte Dax-Unternehmen einen Beschäftigungsrückgang um ein halbes Prozent.

Die guten, langfristigen und vertrauensvollen Beziehungen zu den Mitarbeitern tragen – unabhängig von der Branche – erheblich zum Erfolg eines Unternehmens bei. Das zeigt beispielhaft das Konzept der Drogeriekette DM. Das Unternehmen konnte seine Umsätze im Geschäftsjahr bis Ende September 2009 um gut 11 Prozent steigern, während der gesamte deutsche Einzelhandel gegenüber dem Vorjahresgeschäft 1,8 Prozent Umsatz einbüßte. Der Drogerist erreicht seit Jahren in der Kundenzufriedenheit Bestnoten und ist für seine genauso engagierte wie kostspielige Personalpolitik bekannt.

Familienunternehmen sind ein Erfolgsmodell, dessen Werte auch für die Immobilienbranche zunehmend attraktiver werden. Die noch vor drei Jahren schwer vermittelbare Strategie, niedrige Renditen für eine höhere Sicherheit in Kauf zu nehmen, könnte eine nachhaltige Imagepolitik erleben. Denn die schlechten Nachrichten seit Beginn der Weltwirtschaftskrise ebbten nicht ab und schaffen so bei privaten und institutionellen Anlegern nachhaltige Ressentiments gegenüber renditeorientierten Anlageformen.

Familienunternehmen stehen mit ihrer Strategie des Werterhalts als oberste Unternehmensprämisse für eine andere Mentalität. Der „Faktor Familie“ verleiht ihnen Glaubwürdigkeit, von der das Unternehmen selbst sowie seine Partner zukünftig verstärkt profitieren werden. Damit sind familiengeführte Firmen ein Vorbild für Unternehmen in der Immobilienbranche.

Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der Wegner & Schoofs GmbH.