

Heiko Kleve

Die Unternehmerfamilie

Wie Wachstum,
Sozialisation und Beratung
gelingen



Die Reihe Management/Organisationsberatung g

Die heutige Gesellschaft ist eine organisierte Gesellschaft. Man muss schon lange suchen, um überhaupt noch Bereiche zu finden, die nicht von Organisationen geprägt sind. Unternehmen jedweder Größe und Eigentumsform, Verwaltungen, Schulen, Gerichte, Krankenhäuser, Universitäten, Kirchen, Verbände, Parteien, Vereine etc. – allesamt übernehmen sie gesellschaftliche Funktionen und bestimmen unser Leben. Die Fülle an Aufgaben, die unter den Bedingungen zunehmender Globalisierung und Digitalisierung gleichzeitig zu erfüllen sind, wie auch die Bandbreite an Organisationskonzepten und Führungsansätzen, mit denen der komplexe Alltag bewältigt werden soll, stecken das Feld ab, in dem Management und Beratung mehr oder weniger wirksam werden.

Die Zeiten, in denen es einfache Antworten auf die vielfältigen Fragen zur Überlebenssicherung einer Organisation und auch zur Steuerung tagtäglicher Entscheidungsprozesse gab, sind seit Langem vorüber. Der Komplexität, mit der heute alle konfrontiert sind, die in verantwortlichen Funktionen in und mit Organisationen arbeiten – Führungskräfte, Manager und Organisationsberater etc. –, wird man mit Rezeptwissen nicht mehr gerecht. Hier setzen die neuere Systemtheorie und mit ihr die Reihe Management/Organisationsberatung im Carl-Auer Verlag

an. Beide liefern Konzepte und »Landkarten«, die auch im unübersichtlichen Terrain von Wirtschaft und Organisation Orientierung ermöglichen und Handlungsfähigkeit sicherstellen.

Das Ziel der Reihe ist es, empirisch gehaltvolle Forschungen über die Prozesse des Organisierens wie auch theoretisch angemessene Führungs- und Beratungsansätze zu präsentieren. Zugleich sollen bewährte Methoden einer system- und lösungsorientierten Praxis im Kontext von Organisationen überprüft und neue Ansätze entwickelt werden.

Torsten Groth
Herausgeber der Reihe
Management/Organisationsberatung

»Familienunternehmen haben einen ganz großen Vorteil und einen ganz großen Nachteil, und beides ist die Familie. Eine Familie in Frieden ist das Beste, was es für eine Firma geben kann, eine Familie in Unfrieden ist das Schlimmste.«

Peter Zinkann - Miele & Cie. KG
(zit. nach Wimmer 2007, S. 30)

Heiko Kleve

Die Unternehmerfamilie

Wie Wachstum, Sozialisation
und Beratung gelingen

2020



Carl-Auer

Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats des Carl-Auer
Verlags:

Prof. Dr. Rolf Arnold (Kaiserslautern)
Prof. Dr. Dirk Baecker (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Ulrich Clement (Heidelberg)
Prof. Dr. Jörg Fengler (Köln)
Dr. Barbara Heitger (Wien)
Prof. Dr. Johannes Herwig-Lempp (Merseburg)
Prof. Dr. Bruno Hildenbrand (Jena)
Prof. Dr. Karl L. Holtz (Heidelberg)
Prof. Dr. Heiko Kleve (Witten/Herdecke)
Dr. Roswita Königswieser (Wien)
Prof. Dr. Jürgen Kriz (Osnabrück)
Prof. Dr. Friedebert Kröger (Heidelberg)
Tom Levold (Köln)
Dr. Kurt Ludewig (Münster)
Dr. Burkhard Peter (München)
Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen)
Prof. Dr. Kersten Reich (Köln)
Dr. Rüdiger Retzlaff (Heidelberg)

Prof. Dr. Wolf Ritscher (Esslingen)
Dr. Wilhelm Rotthaus (Bergheim bei Köln)
Prof. Dr. Arist von Schlippe (Witten/Herdecke)
Dr. Gunther Schmidt (Heidelberg)
Prof. Dr. Siegfried J. Schmidt (Münster)
Jakob R. Schneider (München)
Prof. Dr. Jochen Schweitzer (Heidelberg)
Prof. Dr. Fritz B. Simon (Berlin)
Dr. Therese Steiner (Embrach)
Prof. Dr. Dr. Helm Stierlin (Heidelberg)
Karsten Trebesch (Berlin)
Bernhard Trenkle (Rottweil)

Prof. Dr. Sigrid Tschöpe-Scheffler (Köln)
Prof. Dr. Reinhard Voß (Koblenz)
Dr. Gunthard Weber (Wiesloch)
Prof. Dr. Rudolf Wimmer (Wien)
Prof. Dr. Michael Wirsching (Freiburg)
Prof. Dr. Jan V. Wirth (Meerbusch)

Themenreihe »Management/Beratung«
hrsg. von Torsten Groth
Reihengestaltung: Uwe Göbel
Umschlagfoto: © Tom Levold
Satz: Drißner-Design u. DTP, Meßstetten
Printed in Germany
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Erste Auflage, 2020
ISBN 978-3-8497-0358-5 (Printausgabe)
ISBN 978-3-8497-8248-1 (ePUB)
© 2020 Carl-Auer-Systeme Verlag
und Verlagsbuchhandlung GmbH, Heidelberg
Alle Rechte vorbehalten

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.

Informationen zu unserem gesamten Programm, unseren Autoren und zum
Verlag finden Sie unter: <https://www.carl-auer.de/>
Wenn Sie Interesse an unseren monatlichen Nachrichten haben, können Sie
dort auch den Newsletter abonnieren.

Carl-Auer Verlag GmbH
Vangerowstraße 14 • 69115 Heidelberg
Tel. +49 6221 6438-0 • Fax + 49 6221 6438-22

info@carl-auer.de

Inhalt

Prolog

Short Cuts zur Einleitung

Thematische Hinführung

*Short Cut 1: Aufwachsen in vermögenden
Unternehmerfamilien*

*Short Cut 2: Elementare Systemregeln als
Konfliktprävention in Unternehmerfamilien*

Short Cut 3: Familiennetzwerke knüpfen und pflegen

Teil 1: Grundlagen

1 Psychosoziale Reflexion von Unternehmerfamilien

Thematische Hinführung

Ausgangspunkte

Familie, Unternehmen, Eigentum - soziale Kontexte und
Probleme

*Familienunternehmen und Unternehmerfamilien in den
Wirtschaftswissenschaften*

Drei-Kreis-Modell

Kommunikation in Unternehmerfamilien

Sozialisation, Aufwachsen und Lebensführung in
Unternehmerfamilien

*Verbindung des Privaten und Beruflichen in der
Lebensführung*

*Verantwortung in operativer Tätigkeit und als
Gesellschafterin bzw. Gesellschafter
Unternehmerfamilien im gesellschaftlichen Wandel
Psychosoziale Arbeit mit Unternehmerfamilien - Fazit
und Ausblick*

2 Tetralemma der Unternehmerfamilie

Thematische Hinführung

Ausgangspunkte

Das Dilemma der Unternehmerfamilie

Vom Dilemma zum Tetralemma

Tetralemma als systemischer Forschungsrahmen

*Das Eine im Gegensatz zum Anderen: Familie versus
Unternehmen*

Beides: Die Verbindung von Familie und Unternehmen

*Keines von Beiden: Die Kontexte von Familie und
Unternehmen*

Fazit

3 Elementare Systemregeln in Unternehmerfamilien

Thematische Hinführung

Unternehmerfamilien als Familien und Organisationen

Formale Regeln in Unternehmerfamilien

Informale Regeln in Unternehmerfamilien

Elementare Regeln in Unternehmerfamilien

Elementare Ökonomie von Geben und Nehmen

Systemzugehörigkeit

Systemwachstum

Systemfortpflanzung

Systemimmunkraft

Systemindividuation

Resümee

Teil 2: Herausforderungen

4 **Sozialisation und Erziehung in vermögenden Unternehmerfamilien**

Thematische Hinführung

Ausgangspunkte

Konzeptionelle Grundlagen: Sozialisation versus Erziehung

Sozialisation als permanenter Prozess psychosozialer Entwicklung

Erziehung als der Versuch, Sozialisation zu steuern

Familie als Sozialisations- und Erziehungskontext

Unternehmen und Vermögen als spezifische Sozialisationsfaktoren

Bewusstsein, dass Vermögen da ist (kognitive Dimension)

Fühlen des Vermögens (emotionale Dimension)

Handeln mit Vermögen (aktionale Dimension)

Synthese

5 **Die wachsende Unternehmerfamilie als Familie, Organisation und Netzwerk**

Thematische Hinführung

Unternehmerfamilien als »verdreifachte« Familien

Unternehmerfamilie als Kernfamilie
(Unternehmerfamilie 1.0)

Familien in der modernen Gesellschaft

Geben und Nehmen in Familien

Unternehmerfamilie als Organisation
(Unternehmerfamilie 2.0)

Formalisierung der Unternehmerfamilie

Geben und Nehmen in organisierten Unternehmerfamilien

Unternehmerfamilie als soziales Netzwerk
(Unternehmerfamilie 3.0)

Netzwerke als soziale Gemeinschaften

Geben und Nehmen in sozialen Netzwerken

Gestaltung des Netzwerkmanagements großer
Unternehmerfamilien

*Sichtbarmachen der familiären und unternehmerischen
Zugehörigkeit und ihrer Geschichte*

*Etablierung von sozialen Formaten und sinnvollen
Bedeutungsrahmen für die jährlichen
Ausschüttungen*

*Schaffung von informellen Gelegenheiten des
Austausches und der Vernetzung*

Schaffung von Räumen der Anerkennung von Leistung

*Schaffung von Räumen des Einbezugs von individuellen
Fähigkeiten*

Resümee

6 Verlust und Wiedergewinn des Möglichkeitssinns in der Familienstrategie

Thematische Hinführung

Ausgangspunkte

Pfadabhängigkeit als kontingenzeliminierende
Komplexitätsreduktion

Verlust des Möglichkeitssinns in der Familienstrategie

Erstes Muster: Erfolgsfalle

Zweites Muster: Misserfolgswelle

Drittes Muster: Normalisierungswelle

Wiedergewinn des Möglichkeitssinns in der
Familienstrategie

Teil 3: Beratung

7 Empowerment von Unternehmerfamilien

Thematische Hinführung

Ausgangspunkte

Unternehmerfamilien als soziale Systeme

Triviale Systeme

Nichttriviale Systeme

Beratungsthemen

Konflikte in Unternehmerfamilien

Nachfolge in Familienunternehmen

Gesellschafterkompetenz

*Zusammenhalt großer und wachsender
Unternehmerfamilien*

Family Governance

Empowermentorientierte Beratung und Bildung

Kontextualisierung

Problem- und Ressourcenanalyse

Hypothesenbildung

Zielklärung

Handlungsplanung

Evaluation

Resümee

8 Unternehmerfamilien systemisch aufstellen

Thematische Hinführung

Körper als räumliches Wahrnehmungsorgan

»Systemisch« als Vergleichsmaßstab

Einbeziehen und Trennen als zentrale Interventionen

Unternehmerfamilienaufstellung

Fünf Seiten der Unternehmerfamilie

Die erste Seite - die Familie

Die zweite Seite - das Unternehmen

Die dritte Seite – die Verbindung von Familie und Unternehmen

Die vierte Seite – die Kontexte der Unternehmerfamilie

Die fünfte Seite – die Möglichkeit der Transformation

Tetralemmaaufstellung

Nachfolgeaufstellung

Polaritätenaufstellung

Resümee

Epilog

Literatur

Veröffentlichungsnachweise

Über den Autor

Prolog

Die Beschäftigung mit Unternehmerfamilien ist ein relativ neues Forschungsfeld. Zwar sind Familienunternehmen spätestens seit Ende der 1990er-Jahre Thema in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, etwa am Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU) der Universität Witten/Herdecke, wo Rudolf Wimmer und Fritz B. Simon als Gründungsprofessoren des Instituts dieses akademische Forschungsfeld in Deutschland institutionalisiert haben. Unternehmerfamilien als Basis dieser Unternehmensform werden dabei bereits thematisiert, oft jedoch nur implizit. Im Mittelpunkt des Interesses steht in Regel das Familienunternehmen. In diesem Buch jedoch schauen wir direkt und nahezu ausschließlich auf die Unternehmerfamilie.

Als »Unternehmerfamilie« wird eine Familie verstanden, deren Mitglieder Eigentümerinnen bzw. Eigentümer an mindestens einem Unternehmen sind. Zudem intendieren die Familienmitglieder, dieses Eigentum an die nächsten Familiengenerationen weiterzugeben. Diese *transgenerationale Intention* der Eigentums- bzw. Unternehmensweitergabe ist ein zentrales Merkmal dieser Familienform. Ob die Familienmitglieder im Unternehmen selbst operativ mitarbeiten, ist dabei nicht entscheidend, wenngleich dies bei kleinen und mittelgroßen Unternehmen oft als Regel angesehen und entsprechend geplant wird. Wichtiger ist, dass das familiäre Eigentum am Unternehmen dazu führt, dass die Familienmitglieder

gemeinschaftlich mit ihren Vorstellungen, Motivationen und Zielen das Unternehmen maßgeblich prägen. Diese Prägung muss nicht durch eine operative Mitarbeit erfolgen, sondern kann auch durch unternehmensbezogene Entscheidungen der Eigentümerinnen und Eigentümer realisiert werden, etwa in Gremien wie Gesellschafterausschüssen oder Beiräten.

Der Begriff »Unternehmerfamilie« weist außerdem darauf hin, dass diese Familie bzw. ihre Mitglieder neben der transgenerationalen auch eine *unternehmerische Intention* verfolgen, dass sie hinsichtlich ihrer Firma marktorientierte Entscheidungen zu treffen haben, etwa Innovationen hinsichtlich des Geschäftsmodells oder bezüglich der Ausrichtung von Investitionen. Aufgrund dieser unternehmerischen Motivation der Familie sprechen wir hier auch nicht lediglich von »Unternehmensfamilie«. Dies könnte suggerieren, dass die Familie zwar mit einem Unternehmen über die entsprechenden Eigentumsanteile verbunden ist, aber selbst keine unternehmerischen Interessen verfolgt, sondern gewissermaßen »passiv« vom Unternehmen profitiert. Will diese Familie jedoch ihre transgenerationale Perspektive, also den Erhalt, die Weiterentwicklung und die Weitergabe des Unternehmens an die nächsten Generationen realisieren, so sind aktive Familiengeschafter/innen vonnöten, die sich als verwandtschaftlich zusammengehörige Unternehmerinnen und Unternehmer verstehen. Nur so gelingt es, den kreativen *Intellekt* (die kognitive Dimension bzw. den »Kopf«), das leidenschaftliche *Gefühl* (die emotionale Dimension bzw. das »Herz«) und das risikobereite *Handeln* (die aktionale Dimension bzw. die »Hand«) auf die Entwicklung des Unternehmens zu fokussieren, damit es nachhaltig überlebensfähig bleibt. Erst dies sichert den Grundstein dafür, dass sich das Unternehmen den sich

verändernden gesellschaftlichen, insbesondere ökonomischen, politischen, rechtlichen, lebensweltlichen oder kulturellen Rahmenbedingungen anzupassen versteht.

Basierend auf diesem Verständnis von Unternehmerfamilien, werden mit diesem Band Arbeiten publiziert, die in den Jahren zwischen 2017 und 2020 entstanden sind. Als Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Organisation und Entwicklung von Unternehmerfamilien am WIFU habe ich damit begonnen, die Unternehmerfamilie sowohl soziologisch als auch systemisch bzw. systemtheoretisch zu erforschen. Somit lege ich mit diesem Buch eine erste zusammenfassende Dokumentation meiner in diesem Rahmen entstandenen Arbeiten vor, die bereits an unterschiedlichen Stellen publiziert wurden (siehe dazu die Veröffentlichungsnachweise).

Da die einzelnen Arbeiten, die die neun Kapitel dieses Buches ausmachen, als eigenständige Beiträge entstanden sind, können Redundanzen, etwa zur Bestimmung der Unternehmerfamilie als soziales System, nicht vermieden werden. Dies hat den Vorteil, dass das Buch nicht linear von vorne nach hinten gelesen werden muss. Sondern die Leser/innen können dort beginnen, wo ihr größtes Interesse liegt und sich, davon ausgehend, nach eigenem Belieben, also in selbstbestimmter Reihenfolge, durch die einzelnen Teile bewegen. Dennoch beginnt jedes Kapitel mit einer thematischen Hinführung, die das zu bearbeitende Thema in das Gesamtkonzept des Buches einordnet und jeweils das vorige mit dem aktuellen Kapitel verbindet. Dies ist auch für die Leser/innen gewinnbringend, die ein lineares Lesen vorziehen und jeweils die Anschlüsse der Kapitel suchen. Alle Themen des Buches stehen an der Schnittstelle von Theorie und Praxis. Sie bieten also im guten Fall für das Leben in

Unternehmerfamilien, für die Organisation des familiären Wachstums sowie für Prozesse der Sozialisation, Erziehung und Beratung ertragreiche Reflexionen und Anregungen.

Damit präsentiert das Buch eine ganzheitliche Sicht bzw. eine Vielfalt von Themenbereichen, die hinsichtlich einer systemischen sowie äußerst praktischen Betrachtung von Unternehmerfamilien zentral sind. Die Praxisrelevanz wird durch zahlreiche Beispiele, die jeweils in schattierten Kästen in den einzelnen Kapiteln herausgehoben sind, nochmals unterstrichen. Als Zielgruppe dieser Publikation werden daher alle angesprochen, die sich entweder aufgrund ihres Forschungsinteresses oder wegen ihrer eigenen Betroffenheit, etwa als Mitglieder einer dieser Familien oder als ihre Berater/innen, mit den Herausforderungen dieser besonderen Sozialform befassen.

Dieses Buch wäre nicht entstanden ohne die Unterstützung von meinen lieben Kolleginnen und Kollegen am Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU). Ganz herzlichen Dank dafür!

Besonders der Geschäftsführende Direktor des Instituts, Tom A. Rösen, sowie die Vertreter der ersten und zweiten Generation der systemischen Beschäftigung mit Familienunternehmen in Witten, namentlich Rudolf Wimmer und Fritz B. Simon für die erste Generation und Arist von Schlippe für die zweite Generation, haben mich in meiner Arbeit von Anfang an ermutigt, meinen ganz eigenen Wege zu gehen. Mein Dank, der diesen freundschaftlichen Förderern meiner Befassung mit Unternehmerfamilien gebührt, kann daher nicht groß und nachhaltig genug sein. Danken möchte ich ebenso den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an meinem Lehrstuhl, insbesondere Tobias Köllner; die zahlreichen Diskussionen

mit ihm haben auch dieses Buch beeinflusst. Schließlich möchte ich dem Herausgeber der Carl-Auer-Reihe »Management/Organisationsberatung«, Torsten Groth, herzlich danken, dass er die Entstehung dieses Buches mit sehr hilfreichen Kommentaren und äußerst wohlwollenden Anregungen sowie mit freundschaftlicher Unterstützung begleitet hat.

*Heiko Kleve,
Witten und Potsdam, im März 2020*

***Short Cuts* zur Einleitung**

Thematische Hinführung

Den Einstieg in die vielfältige Thematik von Unternehmerfamilien bilden drei *Short Cuts*, also kurze Ausflüge, betreffend die systemische Reflexion von typischen Herausforderungen, die sowohl mit dem Leben in Unternehmerfamilien als auch mit der professionellen Reflexion dieser Sozialform regelmäßig einhergehen. Zudem werden durch die drei Kurzausflüge die Themen pointiert adressiert, die in den drei Teilen des Buches weiter vertieft werden.

Im *ersten Short Cut* geht es um das grundsätzliche Thema des Aufwachsens und des Lebens in Unternehmerfamilien, die aufgrund ihres mehrgenerationalen unternehmerischen Erfolgs neben ihrer Eigentümerschaft häufig auch vermögend sind. Somit wird nicht nur das jeweilige Unternehmen, sondern auch das private Vermögen der Familienmitglieder von Generation zu Generation weitergegeben, mithin vererbt. Wie Vermögen die Sozialisation in diesen Familien und die elterliche Erziehung der Kinder (oft ambivalent) beeinflusst, zugleich mit enormen Potenzialen ausstattet, aber auch emotional und sozial belastet, wird veranschaulicht. Ausgehend von diesen Reflexionen können sich betroffene Eltern, aber auch Berater/innen und andere Unterstützende dieser herausfordernden Familiensysteme fragen, was sie tun können, um die kognitive, emotionale und aktionale Entwicklung der Kinder und Jugendlichen so zu begleiten, dass sich passende Balancen zwischen familiärer Bezogenheit und individueller Selbstentwicklung

herausbilden können. Dieses Thema wird zudem im 4. Kapitel weiter vertieft und ausführlicher behandelt.

Mit dem *zweiten Short Cut* bewegen wir uns in ein systemisches Verständnis des zwischenmenschlichen Zusammenlebens hinein, das auch für die Reflexion von und innerhalb von Unternehmerfamilien, insbesondere bezüglich der Entstehung, der Klärung und der Beilegung von Konflikten, hilfreich sein kann. Wir werden elementare Sozialprozesse und Systemprinzipien betrachten, die sich hinter dem Rücken der Akteure in menschlichen Beziehungen offenbar immer wieder herstellen und unser Zusammenleben rahmen und strukturieren. Das Wissen über diese Prozesse und Prinzipien kann das Verständnis für Mitglieder in Unternehmerfamilien und für ihre Berater/innen hinsichtlich familiärer Sozialdynamiken erweitern und vertiefen. Auf der Basis dieser systemischen Regeln können Mitglieder dieser Familien prüfen, ob Konflikte mit der »Verletzung« dieser Prinzipien einhergehen, um sodann zu versuchen, durch kontextsensible Beachtung der Regeln lösend und versöhnend zu wirken. Dieses Thema werden wir im 3. Kapitel ausführlicher behandeln.

Der *dritte Short Cut* bezieht sich auf die Herausforderungen, denen sich wachsende Unternehmerfamilien gegenübersehen. In diesen Familien steigt aufgrund egalitärer Erbschaftsprinzipien (Eltern vererben ihre Unternehmensanteile paritätisch an alle ihre Kinder) die Anzahl der Gesellschafter/innen von Generation zu Generation kontinuierlich an. Daher reicht es oft nicht mehr, nur für den familiären Zusammenhalt zu plädieren oder die Kommunikations- und Entscheidungsprozesse formal zu organisieren. Es müssen zudem Netzwerkstrukturen des wechselseitigen Gebens und Nehmens etabliert, gepflegt und ausgebaut werden. Dies

lässt sich mit dem von mir als »FON-Theorie« bezeichnetem Konzept veranschaulichen, mit dem sich wachsende Unternehmerfamilien zugleich als Familien, Organisationen und Netzwerke verstehen lassen. Davon ausgehend, können ganz konkrete und praktisch umsetzbare Projekte überlegt werden, mit denen die Netzwerkbeziehungen innerhalb der wachsenden Familie, angeregt, etabliert und immer wieder aktualisiert werden können. Im 5. Kapitel wird dieser Punkt eingehender diskutiert.

Short Cut 1: Aufwachsen in vermögenden Unternehmerfamilien¹

»Geld verdirbt den Charakter« oder »Mit zu viel Geld wird die Familie vergiftet«. Solche und ähnliche Sätze hören wir in unseren Forschungs- und Beratungsprozessen von Vertretern und Vertreterinnen mehrgenerationaler Unternehmerfamilien nicht selten. Damit wird eine problematische Wirkung des vorhandenen finanziellen Vermögens auf die Persönlichkeitsentwicklung ihrer (insbesondere jüngeren) Mitglieder herausgestellt oder zumindest die Befürchtung geäußert, dass sich negative Folgen des Aufwachsens in spürbarem Reichtum einstellen könnten. Diese negative Perspektive auf das vorhandene Vermögen führt oftmals zu einer spezifischen Form von Tabuisierung und Nichtansprechbarkeit des Themas sowie zu Schamgefühlen bei Mitgliedern. In mehreren Forschungsprojekten am Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU) arbeiten wir an Fragen, die die Effekte des finanziellen Reichtums in Unternehmerfamilien insbesondere bezüglich der Sozialisation und Erziehung von Kindern und Jugendlichen fokussieren.