

Nachhaltigkeit und Digitalisierung leben

Gerade in der aktuellen corona-geplagten Zeit zeigen Familienunternehmen ihre Widerstandskraft. Dennoch zeigt Corona da und dort Schwächen auf, insbesondere bei den Themen «Digitalisierung» und «Nachhaltigkeit».



Gerade in schwierigen Zeiten sind eine solide Finanzausstattung, langfristige Planung sowie verantwortungsvolles, wertebasiertes Handeln wesentliche Handlungsaspekte. Gemäss einer kürzlichen Studie im deutschsprachigen Raum war die Finanzlage so stabil, dass nur in jedem zehnten Unternehmen die Eigner Eigenkapital einschiessen musste. Weltweit war dies in 15 Prozent der Familienunternehmen der Fall.

Jedoch: Der Digitalisierungsdruck steigt. Die Pandemie hat der Digitalisierung enorme Schubkraft verliehen und gleichzeitig Defizite schonungslos offengelegt, etwa Einfallstore für mögliche Cyberangriffe, die vermehrt Familienunternehmen, bzw. die Unternehmerfamilien ins Visier nehmen. Durchaus ist das Bewusstsein, dass gehandelt werden muss, vorhanden. Aber die digitale Transformation darf nicht im Schnecken tempo erfolgen. Es braucht Mut, gross und grundlegend anders zu denken eine Unternehmensstrategie und – ideal mit vorgelagerter Familienstrategie – einen konkreten Umsetzungsplan. Weshalb nicht auch den Moment nutzen und das bisherige Geschäftsmodell überprüfen?

Übergeordnete Nachhaltigkeitsstrategien sind eher Mangelware. Noch immer haben Familienunternehmen nicht oder nur vage erkannt, wie stark der Veränderungsdruck ist, der von den Verbrauchern, zunehmend auch von Lieferanten und Finanzgebern, ausgeht. Unternehmen, die sich nicht nachhaltig ausrichten, laufen Gefahr, künftig von Konsumenten, Belegschaft, Medien und/oder dem Geld- und Kapitalmarkt abgestraft zu werden.

Es benötigt authentisches Leadershipverhalten auf allen Stufen, damit die Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsstrategien etabliert und gelebt werden können.