

# Töchter an die Spitze

Nachfolgerinnen von heute sind um die dreißig, sehr gut qualifiziert und erfolgreich. Immer mehr Töchter entscheiden sich für die Unternehmensnachfolge.

Die aktuellen Zahlen der Studie „Zukunftstrends der Nachfolge“ des Wittener Instituts für Familienunternehmen belegen es: Aktuell werden etwa 40 Prozent der deutschen Familienunternehmen von Nachfolgerinnen übernommen. Die Studie zeigt auch, dass Unterschiede zwischen Söhnen und Töchtern geringer sind als bisher angenommen. Nur in zwei Punkten unterscheiden sich Filius und Filia immens. Frauen fühlen sich weniger zu Technik, Produktion und Vertrieb hingezogen. Nur ein geringer Prozentsatz Frauen studiert die sogenannten MINT-Fächer. Nachfolgerinnen ziehen meist einen betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt vor und übernehmen Personal, Marketing oder Finanzen. Den größten Unterschied gibt es aber bei der Vereinbarung von Beruf und Familie. Nachfolgerinnen übernehmen unabhängig von ihrer Führungsaufgabe viel mehr Verantwortung für die Kindererziehung als es männliche Nachfolger tun. Im Vergleich mit anderen Müttern erhalten sie aber tendenziell weniger Unterstützung von ihrem Partner. Damit können sie auch weniger Zeit im Unternehmen verbringen. Die traditionelle Rollenverteilung lehnen die meisten Unternehmerinnen ab. Vielmehr erschaffen sie neue Modelle der Vereinbarkeit von Familie und Unternehmen, indem sie zum Beispiel Betriebskindergärten gründen und damit auch einen Nutzen für die gesamte Belegschaft schaffen.

Inzwischen gibt es eine beachtliche Zahl von Frauen, die das Familienunternehmen übernom-

men haben und es nun erfolgreich entwickeln. Als Leistungstöchter werden Nachfolgerinnen oft bezeichnet, und dies nicht zu unrecht. Viele der Unternehmerinnen sind sehr kritisch, wenn es um die eigene Person geht. Sie geben daher eher „130 Prozent“ und gehen selten mit ihren Erfolgen an die Öffentlichkeit. Das ist nicht nur typisch weiblich, sondern vielmehr Erbe einer langen Geschichte dieser Unternehmensform. Da Töchter in der Nachfolge Jahrzehnte nicht akzeptiert waren, fehlt es ihnen auch heute noch oft am zeitgemäßen Selbstverständnis. Viele haben das Gefühl, sich als Frau besonders beweisen zu müssen. Sie sind viel selbstkritischer, schließlich wollen sie als erste Frau in einer langen Ahnenreihe männlicher Unternehmer auf keinen Fall scheitern. Die Verantwortung, die sie gegenüber der Familie und Mitarbeitern spüren, ist groß.

Steigen Nachfolgerinnen in die Familienunternehmen ein, führt sie ihr Weg direkt an die Spitze. Sie laufen nicht Gefahr, an Barrieren im mittleren Management stecken zu bleiben. Als Chefin des eigenen Unternehmens besitzen sie einen großen Gestaltungsspielraum, den sie gekonnt und mit viel Professionalität ausfüllen.

Die weibliche Nachfolge ist ein zukunftsfähiges Modell mit vielen Vorteilen. Auch die Gesellschaft braucht Familienunternehmerinnen an der Spitze. Sie sind Rollenvorbilder, die andere Frauen motivieren, ihren Platz in der Chefetage zu übernehmen. ■

**Susanne Dahncke**  
Mittelstandsberaterin im  
IBWF Institut für Betriebsbe-  
ratung, Wirtschaftsförderung  
und -forschung e.V.

**Nicola Buck**  
Buck.COACHING

**Dr. Daniela Jäkel-Wurzer**  
d.jw Coaching & Beratung

[www.coaching-fuer-querdenker.de](http://www.coaching-fuer-querdenker.de)



Praxishandbuch Weibliche Nachfolge – Selbstcoaching-Tools für den gelungenen Einstieg ins Familienunternehmen, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden 2017, 339 Seiten, 39,99 Euro.



Nicola Buck Susanne Dahncke und Dr. Daniela Jäkel-Wurzer.