

MEDIENMITTEILUNG

Hongkong und Singapur, 8. November 2018

Lombard Odier: Asiatische Familienunternehmen stehen vor einem tief greifenden Wandel, um disruptive Kräfte in Chancen zu verwandeln

- Einer Studie zufolge sind sich die meisten asiatischen Familienunternehmen aus China, Hongkong, Indonesien, Japan, den Philippinen, Singapur und Thailand der technologischen Kräfte bewusst, die ihr Geschäft transformieren. Doch nur weniger als die Hälfte haben eine Strategie entworfen und umgesetzt, um diese Entwicklung zu nutzen.
- Familienunternehmen sollten die generationsbedingte Vielfalt besser nutzen, Schranken abbauen, externe Mitarbeitende einstellen und Kapital beschaffen, um das Wachstum zwischen den Generationen zu fördern.

94,1% der Familienunternehmen in Asien haben die Auswirkungen von mindestens einer disruptiven Technologie erlebt oder erwarten sie, aber weniger als die Hälfte ist bereit, die bahnbrechenden Innovationen aktiv in ihr Geschäftsmodell zu integrieren. So lautet das Fazit einer Studie, die vom weltweit agierenden Vermögensverwalter und Asset Manager Lombard Odier in Auftrag gegeben wurde.

Der Bericht zum Thema „**Where Technological Disruptors Meet Asian Family Businesses: Rethinking Next-Generation Leadership and Career**“, wurde von Professor Roger King und Jeremy Cheng verfasst. Beide arbeiten am Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies der Hong Kong University of Science and Technology (HKUST). Ihre Schlussfolgerungen beruhen auf einer umfassenden, von Lombard Odier und der HKUST durchgeführten Befragung von 119 Personen, die der nächsten Generation südost- und nordasiatischer Familienunternehmen angehören.

Die fünf wichtigsten disruptiven Kräfte, die asiatische Familienunternehmen spüren, sind Big Data (60,5%), künstliche Intelligenz (52,1%), das Internet der Dinge (48,7%), erneuerbare Energien (42,0%) und Robotik (40,3%).

Bewusstsein vorhanden, aber beschränkte Reaktion

Obwohl mehr als 60% der Befragten Massnahmen ergriffen haben, um die Auswirkungen der disruptiven Technologien zu identifizieren und zu verstehen, hat nur ein Drittel eine klare Vorstellung, in welche Richtung sich ihre Branchen, Märkte und Geschäfte infolge der technologischen Disruption bewegen. 12% trafen dagegen gar keine entsprechenden Massnahmen. Und nur knapp 30% gelang es, den tief greifenden Wandel durch die Einbindung der bahnbrechenden Innovationen in ihre Geschäftsmodelle zu nutzen.

Im Durchschnitt brauchten asiatische Familienunternehmen rund 28 Monate, um eine disruptive Technologie zu erkennen und auf sie zu reagieren.

Schwierige Bewältigung der Disruption

Starre Denkmodelle, eine emotionale Bindung an treue Mitarbeitende und bestehende Vermögenswerte, Formalisierung und politischer Widerstand hindern asiatische Familienunternehmen am meisten daran, die Disruption erfolgreich zu meistern. Zudem zählen diese Unternehmen kaum auf externes Kapital, da sie die Kontrolle nicht verlieren möchten.

Die Familien sollten allerdings ihre Kontrollmentalität überdenken. Unternehmen, die ein behutsames Gleichgewicht zwischen Kontrolle und Ressourcen aufrechterhalten, können Chancen, die sich durch disruptive Technologien ergeben, wahrscheinlich besser nutzen.

Professor Roger King vom Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies an der HKUST meint: „Die Eigentümer asiatischer Familienunternehmen müssen heute bahnbrechende Innovationen begrüßen und ihr Geschäft entsprechend überdenken.“

Viele asiatische Familienunternehmen sind sich der Disruption bewusst, entwickeln aber keine Wettbewerbsstrategie, um die Chancen des technologischen Wandels zu nutzen. Externe Berater sowie externes Kapital können wertvolle Hilfe leisten. Doch unsere Studie zeigt, dass nur ein Viertel der Familienunternehmen in Asien externe Spezialisten einsetzt, um sich die Vorteile der disruptiven Technologien zunutze zu machen. Familienunternehmen verschanzen sich hinter Traditionen. Diese Einstellung kann ihnen jedoch angesichts der plötzlichen Änderungen in ihrem Umfeld teuer zu stehen kommen.“

Asien stärker betroffen als andere Regionen

In Asien meinten mehr als 94% der Befragten, ihre Familienunternehmen wären von mindestens einer disruptiven Technologie betroffen. 2017 gab mehr als die Hälfte der Familienunternehmen in Europa, dem Nahen Osten und Afrika in einer anderen Umfrage¹ an, dass sie nicht mit disruptiven Kräften zu kämpfen hätte. Obwohl die technologische Disruption nicht auf Asien beschränkt ist, scheinen gerade asiatische Familienunternehmen von den Auswirkungen des Wandels stark betroffen zu sein.

„Familienunternehmen müssen flexibel und agil bleiben, um rechtzeitig auf Disruptionen zu reagieren. Wenn ein Familienunternehmen wächst und von einer Generation auf die nächste übertragen wird, kann das schwierig sein“, so Vincent Magnenat, Teilhaber mit beschränkter Haftung und CEO der Region Asien-Pazifik bei Lombard Odier.

Generationsunterschiede – „Keine lebenslange Freiheitsstrafe“

¹ Deloitte (Mai 2017). *Next generation family businesses: Leading a family business in a disruptive environment*

Der Studie zufolge brauchte die Generation X länger, um disruptive Technologien zu erkennen, als die Generation Y. Deshalb sollten die Familien aus dem digitalen Know-how der unternehmenseigenen Digital Natives Nutzen ziehen und sie damit beauftragen, Lösungen angesichts des tief greifenden Wandels zu finden.

Es gibt jedoch noch weitere generationsbedingte Unterschiede, die nicht ausser Acht gelassen werden dürfen. So ist die Generation Y/Z beispielsweise dem Konzept „sein eigener Chef sein“ stärker verbunden als die Generation X. 34% der nächsten Generation wollen ihre Familienunternehmen leiten oder in ihnen arbeiten, aber gleichzeitig ein eigenes Geschäft aufbauen.

Wird das Vorhaben der nächsten Generation, ihre eigene Firma zu gründen und disruptive Technologien einzusetzen, unterstützt, kann in der Folge neues Einkommen für die Familie entstehen. Sofern der Schritt gut geplant ist, kann eine weitere, durchaus nutzbringende Option darin bestehen, dass diese Generation das Familienunternehmen verlässt, um sich auf andere Bereiche zu konzentrieren und die disruptiven Kräfte zu nutzen.

Vincent Magnenat fügt hinzu: „Die Studie unterstrich die Fähigkeit der Generation Y, dadurch Wert zu schöpfen, dass sie disruptive Technologien schneller erkennt als ältere Generationen. Aber der Nachwuchs will vermehrt eigene Firmen gründen. Die Familien sollten versuchen, vom digitalen Know-how der nächsten Generation Gebrauch zu machen. Oder die Chance nutzen, die Start-ups oder Spin-offs dieser Generation in einen disruptiven Faktor zu verwandeln.“

Die Studie stützt sich auf die praktischen Erfahrungen von **Richie Eu** (fünfte Generation von Eu Yan Sang, einem 140-jährigen Unternehmen im Bereich der traditionellen chinesischen Medizin), **Juthasree „June“ Kuvinichkul** (dritte Generation von Metta Group, einem auf Rohstoff basierenden thailändisch-chinesischen Familienunternehmen, sowie Mitbegründer von Grab Taxi Thailand) und **Terukazu Mishiba** (zweite Generation von LAC Co, einem führenden Anbieter im Bereich Informationssicherheit, sowie Eigentümer des japanischen Luxus-Teehauses Chasanraku Tea Room).

In Asien bietet Lombard Odier von ihren drei Standorten aus Vermögensverwaltungslösungen, einschliesslich diskretionäres Portfoliomanagement und Family-Office-Dienstleistungen, für Unternehmer und Familienunternehmen sowie die Kunden ihrer regionalen Bankpartner.

[Der vollständige Bericht ist als Anhang](#)



Über Lombard Odier

Lombard Odier ist ein weltweit führender Vermögensverwalter und Asset Manager. Seit 222 Jahren, in denen sie 40 Finanzkrisen bewältigt hat, vereint die Gruppe Innovation und Umsicht, um den langfristigen Interessen ihrer privaten und institutionellen Kunden gerecht zu werden. Die Gruppe ist vollständig im Besitz ihrer Teilhaber, verfügt über eine äusserst liquide Bilanz und ist sehr gut kapitalisiert mit einer CET1-Quote von 26,5%. Die Bank hat ein Fitch-Rating von AA-.

Lombard Odier bietet eine umfassende Palette von Vermögensverwaltungsdienstleistungen, die unter anderem Nachfolgeplanung, Vermögensverwaltungs- und Beratungsmandate sowie Depotdienstleistungen umfasst. Asset-Management-Dienstleistungen werden durch Lombard Odier Investment Managers (LOIM) erbracht. Überdies hat die Gruppe eine hochmoderne Banktechnologie entwickelt, die sie anderen Finanzinstituten zur Verfügung stellt.

Per 30. Juni 2018 beliefen sich die Kundenvermögen der Gruppe auf insgesamt 274 Milliarden Schweizer Franken. Die Gruppe hat ihren Hauptsitz seit 1796 in Genf und beschäftigt in 27 Geschäftsstellen in 23 Ländern 2'450 Mitarbeitende.

Hier finden Sie weitere Informationen: www.lombardodier.com

Über das Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies der HKUST

Das Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies ist ein führendes Forschungszentrum, das auf dem aufstrebenden Gebiet asiatische Familienunternehmen und Unternehmertum tätig ist. Es soll mit seinen Programmen und Aktivitäten eine Brücke zwischen Wissenschaftlern, Unternehmern und politischen Entscheidungsträgern schlagen. Da das Forschungsfeld Familienunternehmen und Unternehmertum einen multidisziplinären Ansatz erfordert, arbeitet das Zentrum mit verschiedenen Fachinstituten der HKUST und weiteren Einrichtungen weltweit zusammen. Gemeinsam veranstalten sie Symposien und Roundtables mit Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft, führen erstklassige Forschungsarbeiten durch, die in führenden Fachzeitschriften und Journalen veröffentlicht werden, entwickeln massgeschneiderte und öffentliche Schulungsprogramme sowie Fallstudien zu Familienunternehmen und Unternehmertum in Asien und bieten entsprechende Kurse an.

Über die Verfasser

Professor Roger King ist Gründungsdirektor des Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies, Gründungsdirektor des Thompson Center for Business Case Studies sowie Lehrbeauftragter im Bereich Finance an der Hong Kong University of Science and Technology (HKUST). Ferner ist er Honorary Court Member der HKUST, Mitglied des Vorstands der Universität Tel Aviv, Mitglied des Academic Council der Moscow School of Management SKOLKOVO, Vorsitzender des Case Center, Association of Asia-Pacific Business Schools, Mitglied des Redaktionsausschusses des Journal of Family Business Strategy und Mitglied des Ernst & Young Family Business Advisory Council. Professor King ist Absolvent der University of Michigan, BSEE, der New York University, MSEE, und der Harvard Business School, AMP. Er promovierte an der HKUST (PhD in Finance).

Zu seinen angesehenen Funktionen und Leistungen zählen: Non-Executive Director von Orient Overseas (International) Limited und COO von Orient Overseas (Holdings) Limited; Vorsitzender und Gründer von ODS System-Pro Computers Limited; Vorsitzender von Pacific Coffee Limited; Präsident und CEO von Sa International Holdings Limited; Aufsichtsratsmitglied von TNT Express; Vorsitzender der Association of Honorary Consuls in Hongkong und Macau; Honorarkonsul der Republik Lettland in der HKSAR und ständiges Ausschussmitglied der People's Political Consultative Conference der Provinz Zhejiang. Zudem ist er seit 2011 Honorarprofessor an der HKUST.

Jeremy Cheng ist Leiter des Tanoto Center for Asian Family Business and Entrepreneurship Studies an der Hong Kong University of Science and Technology (HKUST). Bevor er zur HKUST kam, wirkte er am Aufbau des Center for Family Business an der Chinese University of Hong Kong mit. Er trug zum Projekt Successful Transgenerational Entrepreneurship Practices bei und ist Mitglied des betreffenden Forschungsunterausschusses. Zudem lehrt er am Global Education Network of the Family Firm Institute (FFI), wo er das Modul GEN501 „Myths, Realities, and Trends in the Field of Family Enterprise“ unterrichtet. Seine Forschungsarbeiten zum generationsübergreifenden Unternehmertum befassen sich mit Themen wie Governance, Philanthropie, Karriereentwicklung, Gender-Fragen und politische Beziehungen. Sein Ziel ist es, das Verständnis von Familienunternehmen im Raum Asien-Pazifik zu fördern. Zu den jüngsten Initiativen gehören die Gründung des FFI Asian Circle und sein Beitrag zur Veranstaltung der zweiten internationalen Konferenz über die Bowen'sche Familiensystemtheorie. Jeremy Cheng besitzt folgende Abschlüsse: ACFBA und ACFWA des FFI, MBA, MA (Linguistik), BSSc (Psychologie) und Graduierten- bzw. Berufsdiplome in den Bereichen Bildungswissenschaften und Finanzplanung.

Lombard Odier Gruppe
Rue de la Corraterie 11
1204 Genf – Schweiz
www.lombardodier.com

Anne Plagnat
Media Relations
Tel.: +41 22 709 21 21
a.plagnat@lombardodier.com

Kaitlyn Yang
Media Relations, Asien
Tel.: +65 6503 7761
k.yang@lombardodier.com

Wichtige Hinweise – Diese Medienmitteilung wurde von der Bank Lombard Odier & Co AG (nachstehend „Lombard Odier“) erstellt, einem Bankinstitut und Effektenhändler, das/der von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) zugelassen ist und von dieser reguliert wird. Die Medienmitteilung ist weder für die Abgabe, Veröffentlichung oder Verwendung in Rechtsordnungen bestimmt, in denen eine solche Abgabe, Veröffentlichung oder Verwendung rechtswidrig wäre, noch richtet sie sich an Personen oder Rechtsstrukturen, an die eine entsprechende Abgabe rechtswidrig wäre. Diese Medienmitteilung dient nur zu Informationszwecken. Sie stellt weder ein Angebot noch eine Empfehlung zur Aufnahme einer Geschäftsbeziehung mit Lombard Odier oder zur Zeichnung oder zum Kauf, Verkauf oder Besitz von Wertpapieren oder Finanzinstrumenten dar.

Das vorliegende Dokument darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Lombard Odier weder ganz noch auszugsweise reproduziert, übertragen, abgeändert oder zu öffentlichen oder kommerziellen Zwecken verwendet werden.

© 2018 Bank Lombard Odier & Co AG – alle Rechte vorbehalten.