

Familienunternehmen

Ökonomie, Geschichte, Werte

Herausgegeben von

Charlotte Natmeßnig und Veit Schmid-Schmidfelden

Mit Beiträgen von

**Peter Eigner, Dominik Gnirs, Heinrich Liechtenstein,
Charlotte Natmeßnig, Hermann Rauchenschwandtner,
Wilfried Stadler und Josep Tàpies**

MANZ 

Inhaltsverzeichnis

Vorwort und Einleitung	III
-------------------------------------	-----

Herkunft, *mathesis* und Kritik der modernen Ökonomie

Hermann Rauchenschwandtner

Einleitung	1
Die Herkunft der modernen Ökonomie	11
Das Glück der Ökonomie	21
Die Poetik des Unternehmers	24

Österreich 1800–2015: ein wirtschaftsgeschichtlicher Überblick

Peter Eigner

Industrialisierung in Schüben: Die Wirtschaftsentwicklung Österreichs im langen 19. Jahrhundert	29
Wirtschaftliche Dynamik trotz politischer Reaktion: Österreich im Vormärz	31
Wirtschaftspolitische und konjunkturelle Wechsellagen: Österreichs Wirtschaftsentwicklung 1848–1914	39
Österreichs Industrialisierung im europäischen Vergleich: Makroökonomische Befunde	53
Mangelerscheinungen: Österreichs Wirtschaft im Ersten Weltkrieg	56
Hochschaubahn der Gefühle: Wirtschaftsentwicklung Österreichs seit 1918	57
Unzureichende Krisenbewältigung: Österreich zwischen den Kriegen	59
Wirtschaftlicher Ergänzungsraum: Österreichs Wirtschaft in der NS-Zeit	68
Kriegsende, Trümmerjahre und Wiederaufbau: Österreich 1945–1955	70
Im Aufholen begriffen: Österreich 1955–1980	76
Budgetnöte und Krisenerscheinungen: Österreich 1980–2014	84

300 Jahre in Österreich: Die Familie Schmid-Schmidfelden

Charlotte Natmaßnig

Wöllersdorf	91
Wasendorf – Krems – Traismauer	97
Wilhelmsburg – Zenica – Chemnitz – Wolkersdorf	117
Moriz Schmid & Söhne – Wilhelmsburg	117
Zenica: Die Eisen- und Stahlindustrie Zenica 1892 bis 1918	126
Die Eisenindustrie AG Zenica	133
Wilhelmsburg: M. Schmid & Söhne	145
Chemnitz: Schönherr Metallverarbeitung GmbH	165
Wolkersdorf: Kalt, warm, glänzend – die Rupert Fertinger GmbH	172

Unabhängigkeit in turbulenten Zeiten – Finanzierungsstrategien von Familienunternehmen nach der Krise

Wilfried Stadler

Von den familienunternehmerischen Tugenden	182
Die Reaktionsstärke von Familienunternehmen in der Krise	184
Banken-Geldschöpfung und Realwirtschaft: Wie es zur Finanzkrise kam	185
Reichen die bisherigen Finanzmarktreformen aus?	186
USA-Europa: Konfliktäre Finanzierungstraditionen	188
Unternehmensfinanzierung nach der Krise	189
Banken, die der Realwirtschaft dienen	190
Das übergeordnete Ziel: Investitionssicherheit	191
Finanzmarktökonomie im Rahmen einer erneuerten Wirtschaftsordnung	193

Werte und Nachhaltige Entwicklung

Dominik Gnirs

Die Frage nach Werten	195
Werte aus der persönlichen Perspektive	196
Werte in Unternehmen und Organisationen	197
Werte in der Gesellschaft	199
Die gegenwärtige gesellschaftliche Wertediskussion	201
Werteleitbilder in Unternehmen	203
Entwicklungen der individuellen Wertelandschaften	205
Handeln unter der Vision der „Nachhaltigen Entwicklung“	207
Nachhaltige Entwicklung in Unternehmen	207
Staatliche Rahmenbedingungen für Nachhaltige Entwicklung	209
Der Beitrag eines jeden Einzelnen	210
Schlussfolgerungen	211

Die Bedeutung von Familienwerten und ihr Beitrag zu Glück und Zufriedenheit

Heinrich Liechtenstein und Josep Tàpies

Einleitung	213
Worin besteht der Unterschied zwischen Familienunternehmen und Nicht-Familienunternehmen?	214
Was ist also genau unter Werten zu verstehen?	214
Weitefführende Klassifikation von Werten	215
Werte als besonderes Kennzeichen von Familienunternehmen	216
Integrität, Respekt und Kundenpflege: die entscheidenden Grundlagen jedes Unternehmens, sind die wichtigsten Werte für Familien- sowie andere Unternehmen	218
Die Werte von Familienunternehmen scheinen tendenziell gefühlsbetonter und fundamentaler zu sein, während Werte anderer Unternehmen eher auf geschäftliche Aspekte und Ergebnisse bezogen sind	219
Die Bedeutsamkeit der Weitergabe dieser Werte von einer Generation zur nächsten	222
Ein langfristiger Prozess	222

Unternehmertum und Werte ebnen den Weg zur persönlichen Zufriedenheit	223
Unternehmertum und Werte wirken sich am meisten auf die Zufriedenheit aus	224
Eine wertorientierte Unternehmenskultur kann Familien zu langfristiger persönlicher Zufriedenheit verhelfen	225
Werte von Familienunternehmen	226
Warum ist Philanthropie kein Zufriedenheitsfaktor?	227
Engagement zählt	227
Schlussfolgerungen und Empfehlungen	227
Förderung von Großzügigkeit und Bescheidenheit	228
Förderung einer klaren und offenen Kommunikation	228
Förderung des Unternehmertums	228
Einbindung von Familienmitgliedern in unternehmerische Aktivitäten	229
Vermeidung der Risiken der Philanthropie	229
Identifizierung und Pflege von Familienwerten	229
Konsistentes wertebasiertes Verhalten	229
Überarbeitung der Werte	230
 Herausgeber- und Autorenverzeichnis	 231