



## Kurzbeschreibung Kategorienmarke Familienunternehmen

### I. Warum verwendet ALH Hirmer die Methode Kategorienmarke Familienunternehmen insbesondere im Rahmen der Prozessoptimierung und Markenführung von Familienunternehmen?

1. Die Methode liefert einen **Mehrwert** für die Vermarktung und Führung (**Zukunftsfähigkeit**) von **Familienunternehmen**.
2. Die Chancen und Risiken des Unternehmenstyp Familienunternehmen werden gesamtheitlich identifiziert, analysiert sowie strategisch und individuell bearbeitet.
3. Die Bedürfnisse und Erwartungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen (z.B. Kunden, Mitarbeiter oder Gesellschafter) werden berücksichtigt.
4. Der Zusammenhalt zwischen den einzelnen Beteiligten wird gestärkt.
5. Grundlage ist stets eine genaue Definition, was wann, von wem, wie zu machen ist. Anders ausgedrückt: Klarheit für Gegenwart und Zukunft.
6. Die Methode ist unabhängig der Unternehmensgröße und Branche einsetzbar.

### II. Was ist die Kategorienmarke Familienunternehmen?

1. Ein von Dr. Annette-Louise Hirmer (ALH Hirmer) entwickeltes **Vermarktungs- & Führungskonzept für Familienunternehmen**.
2. Das Konzept Kategorienmarke Familienunternehmen setzt darauf, dass der vorwiegend positiv besetzte Begriff (*Kategorie*) Familienunternehmen in der Unternehmensvermarktung als Zusatz verwendet wird und dadurch einen Mehrwert liefert. Dies ist vergleichbar mit der ursprünglich eingesetzten Herkunftsbezeichnung „*Made in Germany*“.
3. Das Konzept beruht auf dem Bedürfnis des Menschen und der Forderung der Markenführung nach innerer und äußerer Übereinstimmung sowie der Informationsspeicherung des Menschen in Kategorien („*Schubladen-Denken*“).
4. Ein positives und relevantes Bild der eingesetzten Kategorie bei den relevanten Zielgruppen sowie eine Übereinstimmung zwischen Selbst- und Fremdbild dieser Kategorie sind eine Grundvoraussetzung des Konzeptes.
5. Der Einsatz der **Kategorie Familienunternehmen** ist als das **Vorsegel** eines Segelbootes zu verstehen und dient dazu, **zusätzlich Fahrt aufzunehmen**. Sie kann aber nie das Großsegel - die Kernleistung eines Unternehmens - ersetzen.



### III. Welche Vorteile liefert die konzeptionelle Auseinandersetzung?

1. Berücksichtigung des Wesentlichen zur Kategorie Familienunternehmen
2. Schaffen eines Bewusstseins für die Kategorie Familienunternehmen
3. Bewusstes Entscheiden sowie Agieren statt Reagieren auf allen Ebenen und Prozessen
4. Schaffen von Klarheit und Sicherheit
5. Übereinstimmung zwischen Worten und Taten