

Mirko Zwack, Die Macht der Geschichten. Erzählungen als Form der Wertevermittlung in Familienunternehmen, Verlag: Carl Auer, Heidelberg 2011, 274 Seiten, ISBN 978-3-89670-948-6

Spricht man von **Familienunternehmen** und versucht diese von anderen Unternehmensformen abzugrenzen, so wird schnell auf die besonderen und stärkeren **Werte** verwiesen. Doch damit hat es sich dann meist schon. Um welche Werte es sich handelt und wie diese in das Unternehmen kommen, dort gelebt werden und sich als tragendes Element etablieren, darüber erfährt man in der Regel wenig. Umso schöner ist es, dem Autor dieser Studie dabei zu folgen, wie er die in den einzelnen untersuchten Unternehmen lebendigen Geschichten als die eigentlichen Wertevermittler und –träger ausmacht. Das Verblüffende daran ist, dass die persönlichen wie kollektiven Geschichten anders als schriftlich fixierte Wertecodices zwar einerseits auch (werte-) stabilisierend wirken, andererseits aber durchaus oft so offen sind, dass sie verschiedene Interpretationen möglich machen und damit flexibel bleiben.

Mirko Zwack behauptet, dass seine Forschungsarbeit keine unmittelbare Praxisrelevanz habe. Er straft sich damit selbst Lügen. Denn er zeigt am Ende sehr schön, wie das bewusste Aufspüren und Hinhören auf die lebendigen Unternehmensgeschichten hilfreich sein kann zur *kulturellen Verortung* einzelner Mitglieder der Familienunternehmen und Unternehmerfamilien. Denn die Geschichten können die Familienmitglieder dabei genauso unterstützen, die von der Familie gelebten Werte zu erkennen, sich ihnen rückzuversichern und sich als Einheit zu erleben, wie sie neuen Mitarbeitern den Weg in die **Unternehmens- und Familienkultur** ebnen.

Dr. Rena Haftlmeier-Seiffert
