ZKZ 31568 · JANUAR/FEBRUAR 2026 · EUR 12,00 · 43. JAHRGANG

DIE NEWS

FACHZEITSCHRIFT FÜR FAMILIENUNTERNEHMEN



Robin Morgenstern
Der Unternehmer warnt vor einer Strukturkrise in Deutschland

AUTORITÄRE FÜHRUNG ERHÖHT INNOVATIONSKRAFT
Studie lässt aufhorchen

GENERATIONSWECHSEL AUF LEISEN SOHLEN
Nachfolge bei Efix läuft

Besser miteinander reden
Klar sein in der Familie

DIE NEWS

STANDPUNKT

4
LASST UNS SCHAFFEN!!
Ein Standpunkt von Robin Morgenstern

BLICKPUNKT

6
MITEINANDER STATT ÜBEREINANDER REDEN
Die Vielfalt einer Familie in einen echten Dialog bringen

8
VERDECKTE BOTSCHAFTEN OFFENLEGEN
Was gute Kommunikation ausmacht


Abb.: ty - stock.adobe.com

10
ZWISCHEN TABUISIERUNG UND ÜBERFORDERUNG
Nachfolge-Kommunikation in Unternehmerfamilien

14
IN DER FIRMA PROFI – IN DER FAMILIE AMATEUR
Wie Inhaberfamilien ihre Kommunikation regeln sollten

BLICKPUNKT

16
WENN SCHWEIGEN LAUTER WIRKT ALS STREIT
Kommunikation und Konfliktcoaching in Unternehmerfamilien

18
FERNAB VON INSELLÖSUNGEN
Plattform professionalisiert Familien-Kommunikation

20
IM KREUZFEUER DER ÖFFENTLICHKEIT
Kommunikativ stets gerüstet sein

PLANEN & FÜHREN

24
„ES IST NIE ALTERNATIVLOS“
Wie Vater und Tochter den Generationswechsel gestalten

28
AUTORITÄRE FÜHRUNG ERHÖHT INNOVATIONSKRAFT
Neue Studie zu Familienunternehmen lässt aufhorchen


Abb.: y batur - stock.adobe.com

GESUNDHEIT & FITNESS

30
VERSTECKTE RISIKEN IM BLICK HABEN
Wie Unternehmer ihr Herz lange fit halten

32
GESUNDHEIT NEU DENKEN
Investitionen in ein BGM zahlen sich aus

34
BGF-MASSNAHMEN MIT LUFT NACH OBEN
Studie: Angebote zur mentalen Gesundheit fehlen oft

TRANSPORT & LOGISTIK

35
EINFALLSTOR LIEFERKETTE
Logistik-Unternehmen erhöhen Cybersicherheit

36
MIT E-LKW ZU MEHR NACHHALTIGKEIT
Spedition setzt verstärkt auf Elektromobilität

MESSEN & KONGRESSE

38
LUKRATIVE SCHLÜSSELINDUSTRIE
Studie unterstreicht Bedeutung der Messewirtschaft



MESSEN & KONGRESSE

40
NACHWUCHSFÖRDERUNG STÄRKER IM FOKUS
Zukunft zum Anfassen auf der „Automechanika“



42
BRÜCKE ZWISCHEN DEN GENERATIONEN
Messe unterstützt Nachfolgeprozesse

44
FUSSLÄUFIG IM HERZEN DER STADT
Neue Locations für Events und Kongresse in Stuttgart

RECHT & STEUERN

45
RECHTSTIPP

45
STEUERTIPP

MARKE & MARKETING

46
VIEL POTENZIAL BLEIBT UNGENUTZT
Studie zum KI-Einsatz im Marketing

48
VORSCHAU

KANNST DU AFDISCH?

Besser miteinander reden, ist nicht nur das Titelthema dieser Ausgabe. Es ist auch etwas, das mich persönlich umtreibt. Kürzlich explodierte die Frage, ob man denn mit Vertretern der AfD sprechen müsse. Weil die ja demokratisch gewählt seien. Demokratisch gewählt war die NSDAP auch, wenn man sich daran freundlich erinnern möge. Ich persönlich neige zu einer Nuancierung: Was ist Partei und wer ist Mensch? Ich bin absolut dafür, mit Menschen zu sprechen, die die AfD wählen. Familie, Mitarbeiter, Freunde. Die Sozialforschung zeigt immer genauer, dass wir in die Ursachen der Wahlentscheidung hineinhorchen müssen. Da gibt es persönliche Erweckungsmomente, gefühlte Ungerechtigkeiten und jede Menge verlorenen Glauben an die zeitnahe Kompromiss- und Lösungsfähigkeit der liberalen Demokratie. Vieles davon ist verständlich. Man kann auch erahnen, warum AfD-Wähler sich von der Zerstörung bestehender Strukturen in ihrem persönlichen Verteilungskampf am ehesten einen Vorteil versprechen. Das kann man nicht inhaltlich stellen.

Mit Menschen, die einer verfassungsfeindlichen Organisation beitreten, für sie kandidieren oder ähnliches, muss ich hingegen keinesfalls sprechen. Wer sich gemein macht mit der Organisation, gibt ein Statement ab. Dem geht Überlegung voraus. Mitglied einer rechtsextremem Partei sein zu wollen, ist eine Entscheidung. Daher muss ich mit Vertretern der AfD überhaupt nicht sprechen. So lange Deutschland ein freies Land ist, darf das meine Entscheidung sein. Als Journalist wiederum gibt es eine weitere Perspektive dazu. Aber das ist ein anderes Thema. Wäre ja zu schön, wenn es im Leben einfach wäre.

Wir Unternehmer hingegen müssen unsere Multiplikator-Funktion nutzen, um mit unseren Mitarbeitern über die AfD zu sprechen. Wenn meine Mitarbeiter privat wider der Interessen meiner Firma handeln, dann ist mir das ein Aufklärungsgespräch wert. Im demokratischen Sinne kann ich es nicht verhindern. Aber ich kann meine unternehmerische Meinung haben. Und die lautet: Wer AfD wählt darf sich gerne einen anderen Arbeitgeber suchen. ■

NILS-PETER HEY

VORSCHAU

März 2026

Titelthema: Marke Familienunternehmen

- Anker in unruhigen Zeiten
- Wie das Familien-Storytelling wirkt
- Arbeitgebermarke Familienunternehmen

News-Spezials

- Finanzieren &Beteiligungen
- Versicherungen & Vorsorge
- IT & Digitalisierung

Erscheinungstermin: 05. März 2026

IMPRESSUM

DIE NEWS
ISSN 2700-6220

HERAUSGEBER UND V.I.S.D.P.
Agnes & Nils-Peter Hey

GRÜNDER UND EHRENHERAUSGEBER
Dr. Theo M. Breitsohl

VERLAG
Richard Pflaum Verlag GmbH & Co. KG
Lazarettstraße 4, 80636 München

GESCHÄFTSFÜHRERIN
Agnes Hey

REDAKTIONSLEITER
Hendrik Fuchs, hendrik.fuchs@pflaum.de

REDAKTION
Nils-Peter Hey, Maximilian Kreuzer

FACHBEIRAT
Dr. Theo M. Breitsohl (Vorsitzender), Prof. Dr. Anne Heider, André Freidler, Marc Herzog, Wolf Hirschmann, Bernhard Rathke, Michael von Resch, Joachim Schramm, Walter Stahli

RECHTSBEIRAT
Alexandra Dellmeier, Klaus Finck, Matthias Lauer, Arne Jeran, Nils Wolfgang Bings

STRATEGISCHE PARTNER
BAW Bayerische Akademie für Wirtschaftskommunikation e.G.
SARAMAR Sachverständigenrat Marketing e.V.
SchmidtColleg GmbH & Co. KG
VdU Verband deutscher Unternehmerinnen e.V.
Weissman & Cie. GmbH & Co. KG
wiv Wirtschafts- und Industrievereinigung Stuttgart e.V.

MEDIAVERTRIEB
Dr. Theo M. Breitsohl, theo.breitsohl@pflaum.de

KUNDENSERVICE
kundenservice@pflaum.de, +49 89 126 07 - 0

BEZUGSPREISE
Einzelheft Inland 16,00 €; Ausland 17,00 €
Profi-Abo Inland 150,00 €; Ausland 160,00 €
Alle Preise inkl. MwSt. und Versand,
weitere Details und Tarife siehe www.pflaum.de

DRUCK
Holzer Druck und Medien
Druckerei und Zeitungsverlag GmbH + Co. KG
Fridolin-Holzer-Straße 22 + 24, 88171 Weiler-Simmerberg

TITELFOTO
Ralph Maats - stock.adobe.com

TRANSPARENZ
Die Rubrik „Kurz vorgestellt“ basiert auf Unternehmensinformationen.

PUBLIKATIONEN DER PFLAUM-GRUPPE