

De mindset van de verschillende belangengroepen binnen een familiebedrijf

Belang

Familiebedrijven pragmatischer kunnen ontleden
 Beter inzetten op deelaspecten
 Politisch beter sturen op kwaliteit en leefbaarheid

Methode

Literatuurstudie
 Kwalitatief onderzoek/Interviews
 22 interviews

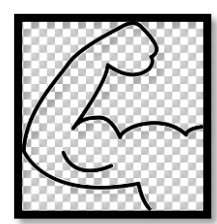
Mindset



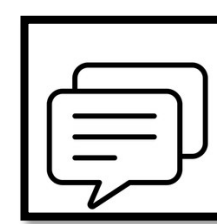
Capaciteiten



Focus



Volharding



Feedback



Risico



Succes van anderen

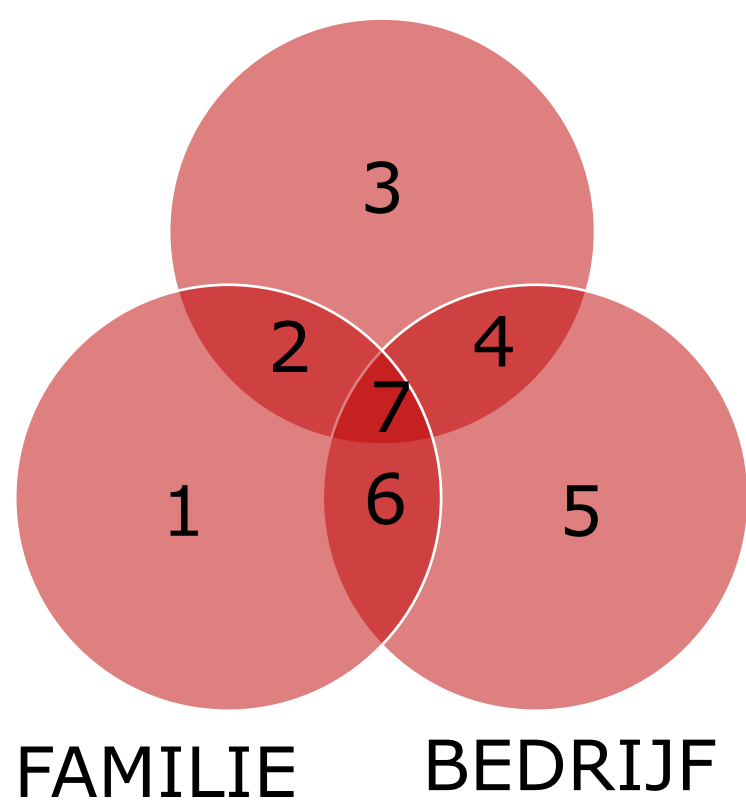


Tegenslag

	Capaciteiten	Focus	Volharding	Feedback	Risico	Succes van anderen	Tegenslag
Vaste mindset	Vast	Eindresultaat	Zinloos	Persoonlijke aanval	Zekerheid	Bedreigd	Geen mechanisme
Groeimindset	Ontwikkelaar	Proces	Sleutel tot succes	Welkom	Risico's nemen	Lessen en inspiratie	Mechanisme tegen tegenslag

Familie

EIGENDOM



1. familieleden die niet bij het bedrijf betrokken zijn
2. familieleden met aandelen die niet werkzaam zijn in het bedrijf
3. niet-familieleden met aandelen die niet in het bedrijf werken
4. niet-familieleden met aandelen die in het bedrijf werken
5. niet-familiale werknemers
6. familieleden die in het bedrijf werken maar geen aandelen hebben
7. familieleden met aandelen die in het bedrijf werken



Conclusie

Belangengroep 1

Afhankelijk van andere kenmerken

Belangengroep 2

Ex-werknemers:
 • Actief: Vaste mindset
 • Non-actief: Groeimindset
 Toekomstige werknemers:
 • Groeimindset

Belangengroep 5

Vaste mindset
 Groeimindset

Belangengroep 6

Vaste mindset
 Groeimindset

Belangengroep 7

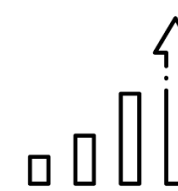
Groeimindset
 Benefit mindset



Beperkingen



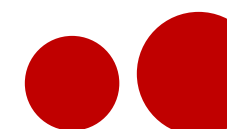
Belangengroep 3 & 4 is onduidelijk



Belangengroep 1 & 2 verder onderzoeken



Vragen van interviews niet even consequent beantwoord



Verschillende groottes



Uitbreiden naar heel Europa



Joey Dalemans



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Master Handelswetenschappen - AFF
 2020-2021

Promotor: Prof. dr. Ine Umans
 Begeleider: De Hans De Decker