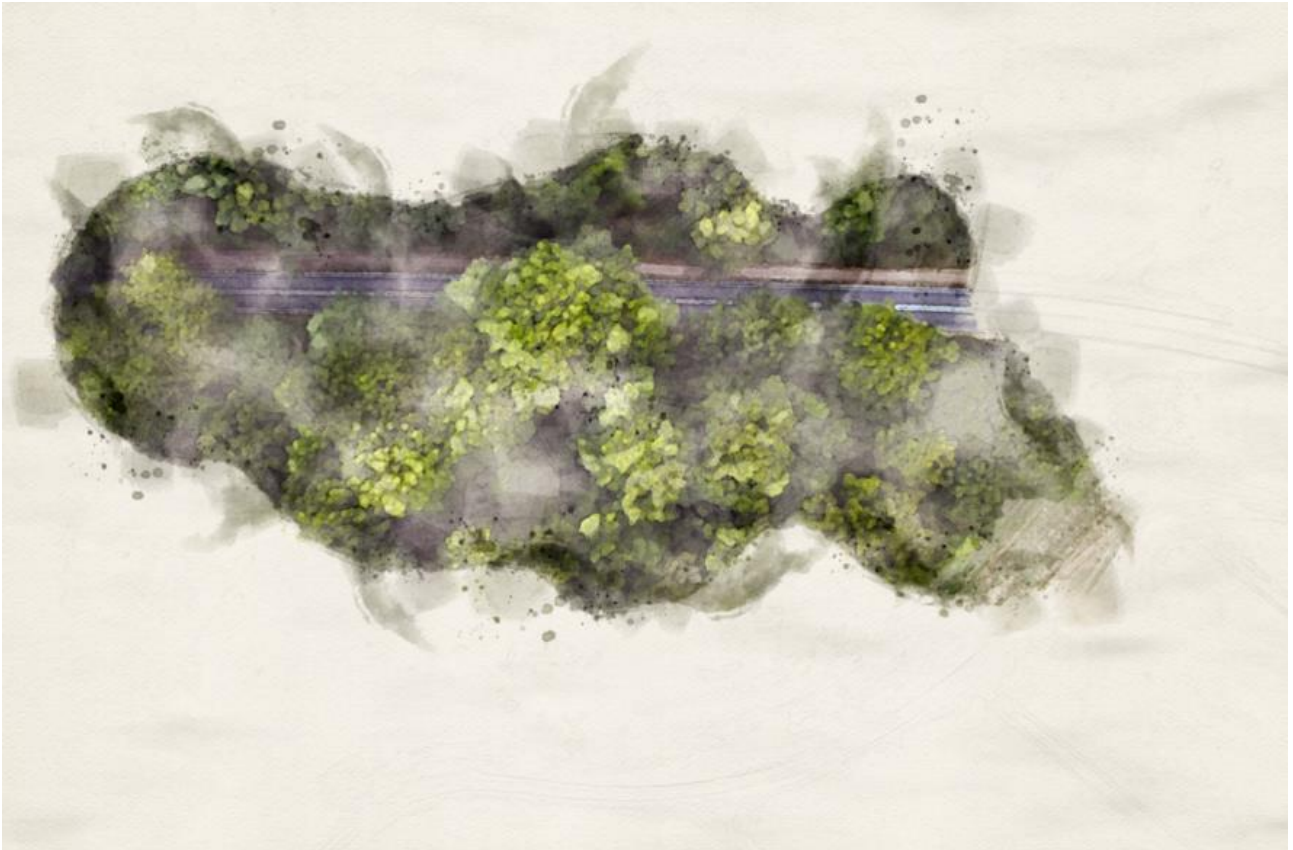


Når family office er jeres næste start-up

Man kan ikke undervurdere betydningen af et family office i forhold til at forvalte formuen, bidrage til samfundsmæssig vækst og sikre meningsfuldhed og harmoni i familien. Et family office er imidlertid også familiens 'nye' virksomhed, som I skal være strategiske bannerførere for. I denne artikel ser vi nærmere på, hvad I skal være opmærksomme på, glæde jer til og grundigt overveje, før I etablerer familiens nye start-up – jeres nye family office.



Måske har I solgt en virksomhed fra. Måske har jeres investeringer nået et niveau, hvor kompleksiteten kræver flere hænder. Måske er der behov for, at familien har et centrum, der håndterer jeres juridiske, skattemæssige og investeringsmæssige behov. Eller måske vil I bare, helt basalt, kunne koncentrere jer om andre ting end formueforvaltning. Uanset hvilken situation der har sat skub i behovet for et family office, så er det en milepæl for familien og en spændende udfordring, hvor I skal trække på alle jeres strategiske, brandingmæssige og HR-relaterede kompetencer.

Start med strategien...

Der er stor forskel på et investeringsselskab og et family office, og jeres ejerstrategi skal hjælpe med at klarlægge, hvori forskellen består. Hvis I går til opgaven ved at oprette et family office, der til forveksling ligner et investeringsselskab, så risikerer I at gå glip af de mange fordele, som et family office også kan bidrage med; nemlig håndtering af familiens ejendomme, hobbies og interesser, struktur på governancemodellen, udvikling af næste generation som ansvarlige ejere, inspiration til familiens filantropi, klarlægning af roller, uddannelse og udvikling for familiens medlemmer – kort sagt alle de områder, som kan bidrage til ro, harmoni, oplevelser og meningsfuldhed.

Derfor er en ejerstrategi første skridt, fordi den vil belyse:

- Hvad det overordnede formål er med formuen
- Hvilken rolle I, som familie, vil spille i ejerskabet
- Hvilke interesser, historik, passion og DNA, der skal danne grundlag for investeringsstrategien
- Hvilke behov familien skal have håndteret
- Hvilke kompetencer I skal have ombord

I er stadig nogens chef

Måske har I i mange år mest siddet i bestyrelser eller på toplederniveau, og derfor er det let at glemme, at ved at lancere et family office kommer I tæt på driften igen. Det betyder også, at I igen skal både motivere, lede og sætte retningen for en medarbejderstab. Er det det sidste, som I har lyst til, så skal det naturligvis stå klart fra starten, så I sørger for at ansætte selvkørende individer på jeres family office. Men selv den mest selv-motiverende, selv-ledende medarbejder kan have brug for at vide, hvornår de er en succes, få en hilsen til jul eller et klap på skulderen i både op- og nedgangstider. Desuden skal der evalueres på præstationer, forhandles løn og goder, og sættes retning for året. Det er en god idé tidligt at beslutte hvem I familien, der sørger for hhv. forhandlinger og den gode stemning blandt jeres medarbejdere.

Og netop evaluering af family office præstationen kan være vanskelig at afgøre, hvis I ikke på forhånd har opsat klare mål og forventninger, hvilket bringer os til forretningsstrategi for family offices.

15 spørgsmål og svar til family office's forretningsstrategi

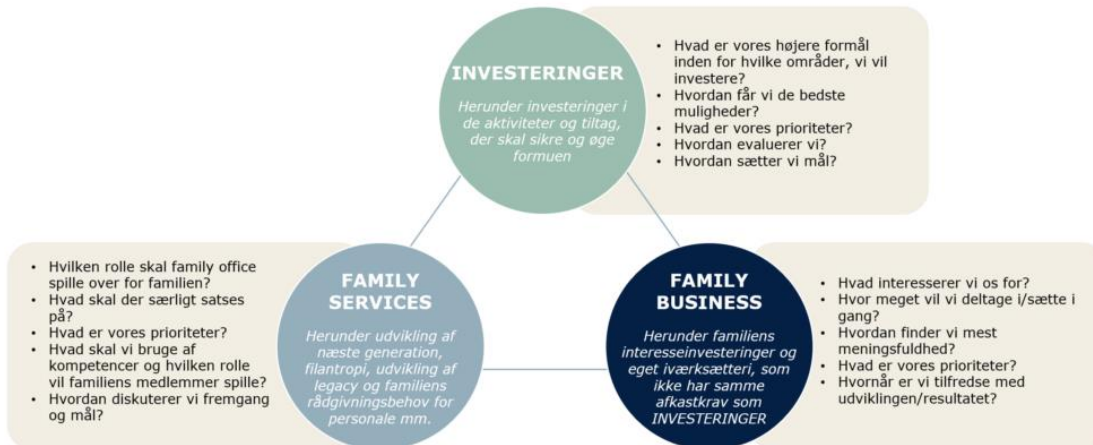
Typisk kan forretningsstrategi opsummeres i spørgsmålene: Hvem vil vi være, hvor skal vi spille, hvordan vil vi vinde, hvordan kommer vi derhen, hvordan følger vi op? Svarene på disse spørgsmål danner et godt fundament for family office's arbejdsgange og målsætninger. Hvis man vil gå et skridt længere, så kan man udvikle en overskuelig forretningsstrategi for hvert af disse tre områder, som family office spænder over, nemlig; investeringer, family business og family services. Nedenfor har vi oversat forretningsstrategiens spørgsmål til hvert område.

HARBOUR FAMILY GOVERNANCE

Esplanaden 7 | DK-1263 København K
www.harbourfg.com | CVR. 43 86 36 06

Hvem vil vi være, hvor skal vi spille, hvordan vil vi vinde, hvordan kommer vi derhen, hvordan følger vi op?

Når retningen er sat for hvert af family office's arbejdsområder, har I et klart overblik over, hvilke profiler der skal ansættes, hvor mange personer der skal til, og hvordan I evaluerer dem. Med andre ord kan jeres operating model hurtigt komme på plads, og dermed har I skabt bindeleddet mellem strategi og eksekvering.



Branding: Kontrollér selv det første (og følgende) indtryk

Når I har hold på strategien for jeres family office, så er næste skridt at beslutte hvor meget, hvordan og hvad I vil kommunikere til omverdenen. Der er mange fordele ved at leve helt diskret, men et family office skulle også gerne kunne tiltrække de rette investeringer, muligheder, talent og rådgivere. Derfor kan det være en fordel at kommunikere sit formål via en hjemmeside og f.eks. LinkedIn. Det giver også mulighed for, til en vis grad, at styre narrativet over for pressen, hvis de skulle interessere sig for jeres familie. Helt grundlæggende giver det også et indtryk af helstøbthed og professionalisme, når logo, farvevalg og kommunikationskanaler er på plads og danner en rød tråd til familiens smag, historik og strategi.

Lanceringen af et family office er en fantastisk mulighed for at skabe tryghed omkring økonomien, generationsskifte og formueforvaltning og få flere hænder til at eksekvere på jeres families drømme og ønsker. Det er en tryghedsskabende instans for næste generation og en mulighed for at skrive videre på næste kapitel i jeres karrierer.

Har I spørgsmål til strategi, lancering eller evaluering af jeres (kommende) family office, så kontakt os gerne for et uforpligtende møde.