

# Pressemitteilung

14. April 2014

## **Groß angelegte Studie zum Mittelstand belegt: Mittelständler unterschätzen die Komplexität bei Unternehmensnachfolgen**

### **Neue Studie von Markt und Mittelstand sowie der axanta AG**

Der Oldenburger Unternehmensvermittler axanta AG sowie das Wachstumsmagazin Markt und Mittelstand, ein Titel aus der F.A.Z.-Verlagsgruppe, haben im April 2014 die Ergebnisse einer gemeinsam durchgeführten Studie zur Nachfolgeproblematik kleiner und mittelgroßer Unternehmen vorgelegt.

Danach wird die Planung der Unternehmensnachfolge von den mittelständischen Unternehmen zu kurzfristig begonnen, der zeitliche Umfang für den Verkaufsprozess unterschätzt und der Verkaufspreis in vielen Fällen aus dem Bauch heraus ermittelt. Im Rahmen der Studie wurden über 2.500 mittelständische Unternehmer in Deutschland ohne familieninterne Nachfolgemöglichkeit angeschrieben.

### **Nachfolgeregelung soll praktisch ohne Vorlaufzeit beginnen**

Der Planungshorizont für den Beginn des Verkaufsprozesses wird oftmals viel zu kurz gefasst. 60,9 Prozent der Befragten wollen innerhalb von 12 Monaten mit dem Verkauf beginnen und damit ohne langfristige Vorbereitung. Nur 6,4 Prozent machen sich bereits heute über die Nachfolgesuche in fünf Jahren Gedanken.

### **Kaum Zeit für Verkaufsprozess eingeplant**

36,4 Prozent der befragten Unternehmen plant für den eigentlichen Verkaufsprozess nur drei bis sechs Monate ein. 82,9 Prozent der Unternehmer geht von einem Verkauf innerhalb von einem Jahr aus.

„Die meisten mittelständischen Unternehmer beginnen deutlich zu kurzfristig mit ihren Planungen für die Übergabe des eigenen Lebenswerkes. Auch die Erwartungen wie schnell der Verkauf realisiert werden kann, sind erheblich zu

Seite 1/4

optimistisch. Viele unterschätzen den zeitlichen Aufwand zur Zusammenstellung aussagekräftiger Zahlen, die Dauer der Vertragsverhandlungen und gehen von unrealistisch schnellen Prüfungszeiten, Genehmigungsabläufen und Finanzierungszusagen für die Käufer aus“, kommentiert Udo Goetz, Vorstand der axanta AG, die Studienergebnisse

### **Aufbau zweiter Führungsebene kostet ebenfalls Zeit**

Zu den zeitlichen Verzögerungen im Verkaufsprozess kann auch der wichtige Aufbau eines nicht nur fachlich, sondern auch kaufmännisch vollwertigen Vertreters bzw. einer Vertreterin führen. Von den befragten Unternehmern haben nur etwas über 24,5 Prozent eine vollwertige zweite Führungsebene.

„Vor dem Hintergrund, dass die Mehrheit der Unternehmer bereits in 12 Monaten mit dem Verkauf starten will, erscheint der Aufbau der von vielen Kaufinteressenten geforderten zweiten Führungsebene kaum möglich“, sagt Dr. Tobias Anslinger, Projektleiter der Studie und Redakteur von Markt und Mittelstand.

### **Maßnahmen im Rahmen des Verkaufes unterschiedlich gewichtet**

Zu den angedachten ersten Maßnahmen im Rahmen des Verkaufsprozesses zählten 85,5 Prozent der Unternehmer die Zusammenstellung von Bilanzen, betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Auswertungen. 33,6 Prozent will einen Business-Plan für die nächsten drei bis fünf Jahre erstellen. Etwa ein Viertel will für den Verkauf Altlasten bereinigen.

### **Verkaufspreis wird zumeist aus dem Bauch heraus ermittelt**

„Obwohl bekannt ist, dass viele Unternehmensverkäufe oftmals an unterschiedlichen Preisvorstellungen der Vertragspartner scheitern, wollen bei unserer Umfrage nur rund 23,6 Prozent der Unternehmer den Verkaufspreis aufgrund eines fundierten Wertgutachtens und immerhin noch 24,5 Prozent aufgrund eines Vorschlages ihres Steuerberaters ermitteln lassen. Die Mehrheit will den Verkaufspreis allerdings aufgrund von Marktvergleichen und dem persönlichen Finanzbedarf festlegen“, sagt Anslinger weiter.

### **Mittelstand steht für Verantwortung und Pflichtbewusstsein**

Für die befragten Unternehmer kommen in der Wichtigkeit beim Verkauf noch vor dem erzielbaren Preis, das Weiterbestehen der Firma, die Fortführung der Kundenbetreuung in gleicher Qualität und die Übernahme aller Mitarbeiter. „Gerade die Antworten auf die Frage nach den wichtigsten Anforderungen bei der Nachfolgeregelung unterstreichen die hohe Verantwortung der mittelständischen Firmeninhaber für ihre Kunden und

Mitarbeiter. Dass der erzielbare Preis erst an 4. Stelle auftaucht, überrascht doch ein wenig“, resümiert Udo Goetz.

### **Unternehmer setzen beim Verkauf auf eigene Kontakte und M&A-Berater**

Rund 53,6 Prozent der Unternehmen wollen die Käufersuche selbst in die Hand nehmen und private und geschäftliche Kontakte dafür einschalten. Eine gleich hohe Zahl will sich an einen M&A-Berater wenden. Dabei erwarten 76,5 Prozent von ihrem M&A-Beratern vor allem Diskretion und mit 70,9 Prozent Kontakte zu Kaufinteressenten. Nachgewiesene Erfolge erwarten 46,4 Prozent. Mit 49,1 Prozent bevorzugen die meisten Unternehmer dabei M&A-Berater mit festen monatlichen Kosten und einem Erfolgshonorar. Die Abrechnung von Einzelleistungen oder nach Beraterstunden wünschen sich nur jeweils unter 10 Prozent.

### **Methodik und Teilnehmerstruktur**

An der Studie beteiligten sich 110 Unternehmer des deutschen Mittelstandes. Dabei lag der Fokus auf kleinen und mittelgroßen Unternehmen. 87,3 Prozent der teilgenommenen Betriebe haben ihren Jahresumsatz mit unter 3 Millionen Euro und die Zahl ihrer Mitarbeiter mit bis zu 30 angegeben. Die Unternehmen stammten zu 40 Prozent aus dem Bereich Dienstleistungen, zu 25,4 Prozent aus dem Handwerk und zu je 17,3 Prozent aus dem Handel sowie Herstellung/Produktion. Die Grundgesamtheit bildete ein Verteiler aus etwa 2.500 mittelständischen Unternehmen mit dem Wunsch zur Nachfolgesuche. Kontaktiert wurden die Unternehmen über eine Online-Befragung zwischen November und Dezember 2013.

**Auf Wunsch senden wir Ihnen sehr gerne die Studie auch in gedruckter Form zu.**

## Hintergrundinformationen zur axanta AG

Die im Jahr 2006 gegründete axanta AG ist in Deutschland einer der Marktführer unter den Beratungsgesellschaften für den Kauf und Verkauf von Unternehmen sowie für Nachfolgeregelungen und Unternehmensbeteiligungen. Auch die Fördermittelberatung zählt zu den Leistungen des Unternehmens. Dabei konzentriert sich die Gesellschaft auf kleine und mittelständische Unternehmen. Auf dem Feld der Unternehmensbeteiligungen vermittelt die axanta AG sowohl stille als auch aktive Beteiligungen. Sie ist mit 5 Niederlassungen (Oldenburg, Berlin, München, Düsseldorf, Frankfurt a.M.) bundesweit aktiv und betreut mit regionalen Marktkenntnissen alle wichtigen Branchen der Wirtschaft. Bisher hat die axanta AG über 200 mittelständische Unternehmen erfolgreich vermittelt.

Zur Unternehmensphilosophie gehören ein Höchstmaß an Diskretion, fundierte unabhängige Unternehmensbewertungen und insbesondere eine hohe fachliche sowie soziale Qualifikation der Mitarbeiter. Umfangreiche Dokumentationen und eine persönliche Betreuung sind ebenfalls wichtige Elemente im ganzheitlichen Leistungspaket. Die Beratung und Unterstützung der Mandanten erstreckt sich über alle Phasen bis zum Verkaufs- bzw. Kaufabschluss und darüber hinaus. Die axanta AG wurde als eines der ersten Unternehmen der M&A-Branche für ihre strukturierten Prozesse vom TÜV Nord nach ISO 9001 zertifiziert.

## Hintergrundinformationen zu Markt und Mittelstand

„Markt und Mittelstand“ ist das Wachstumsmagazin für den deutschen Mittelstand und gehört zur renommierten F.A.Z.-Verlagsgruppe. Seit 1994 unterstützt „Markt und Mittelstand“ Deutschlands Geschäftsführer dabei, die Kernfunktionen eines Mittelständlers zu professionalisieren, wichtige Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und sich darauf vorzubereiten. Die Redaktion bürgt für praxisnahe, realistische Nutzwertexte aus dem Mittelstand für den Mittelstand. Zehnmal im Jahr erscheint das Magazin „Markt und Mittelstand“ und erreicht laut der Studie „Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung“ (LAE 2013) mit jeder Ausgabe 167.000 Entscheidungsträger, vorwiegend Unternehmensinhaber, Geschäftsführer und leitende Angestellte.