

FAMILY BUSINESS BAROMETER

VIERTE AUSGABE | 2015

DEUTSCHE KERNERGEBNISSE



EINSTIMMUNG ERGEBNISSE

Deutsche Familienunternehmen blicken mit großem Optimismus in die Zukunft. Mit der vierten Auflage des European Family Business Barometer ist die Zuversicht weiter gestiegen. Es hat sich aber in Deutschland ein Problem in den Vordergrund gedrängt, das in den vergangenen Umfragen eine geringere Rolle spielte: Fast jedes zweite deutsche Familienunternehmen nannte gestiegene Lohnkosten als wichtigste aktuelle Herausforderung. Das ist umso bemerkenswerter, da sich der Lohndruck in den gesamteuropäischen Ergebnissen weniger relevant zeigt. Deutschland muss vorsichtig sein, dass es nicht durch ein zu starres Arbeitsrecht Korsett die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen gefährdet. Nach wie vor wichtig für deutsche Familienunternehmen ist es, qualifizierte Mitarbeiter zu finden.

Hervorzuheben ist die erfreuliche Entwicklung der Profitabilitätseinschätzung: Stand in der Dezemberumfrage die sinkende Profitabilität noch an erster Stelle der aktuellen Herausforderungen deutscher Familienunternehmer, beklagen diese nunmehr deutlich weniger der hiesigen Unternehmen. Gleichwohl wird die Steigerung der Profitabilität als Top-Priorität für die nächste Zukunft eingestuft, nicht nur in Deutschland, sondern gleichermaßen auch unter den europäischen Familienunternehmern. Allerdings stellen Turbulenzen auf den Devisenmärkten und internationale Krisen die deutsche Exportwirtschaft vor neue Probleme.

Auffällig ist, dass Familienunternehmen in Deutschland sehr viel skeptischer gegenüber Nicht-Familienmitgliedern in geschäftsleitenden Funktionen ihres Unternehmens sind als in unseren europäischen Nachbarländern. Das lässt ein tief verankertes Selbstverständnis deutscher Familienunternehmer vermuten, nicht nur das Eigentum am Unternehmen möglichst vollständig in Familienhand zu halten, sondern auch das Unternehmen eigenständig und unabhängig von Externen führen zu wollen. Andererseits entgehen deutschen Familienunternehmen damit unter Umständen neue Ideen und Expertise von familienfremden Köpfen.

Die wichtigsten Ergebnisse der deutschen Untersuchung finden Sie in dieser Zusammenfassung, die Teil einer umfassenderen, europaweiten Umfrage ist.



Lutz Goebel
Präsident des Verbands
DIE FAMILIEN-
UNTERNEHMER –
ASU e.V.



Dr. Christoph Kneip
KPMG in Deutschland,
Bereichsvorstand
Familienunternehmen

METHODIK

Die Studienergebnisse für den deutschen Markt basieren auf dem European Family Business Barometer. An der Umfrage im Sommer 2015 nahmen 1.401 europäische Familienunternehmer aus 25 Ländern teil. Dies ist die vierte Ausgabe der Untersuchung, in der European Family Businesses, der Europäische Verband der Familienunternehmen, und KPMG die aktuellen Trends in Familienunternehmen untersuchen. Aus Deutschland beteiligten sich 361 Unternehmen, deren Aussagen für die deutsche Einzelauswertung betrachtet wurden.

AKTUELLE LAGE

ZUVERSICHT IN DIE WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

Fast drei Viertel aller befragten deutschen Familienunternehmen blicken zuversichtlich bis sehr zuversichtlich auf das nächste halbe Jahr. Entscheidende Ursache dürfte die gute Entwicklung in den vergangenen sechs Monaten sein. Fast die Hälfte konnte den Umsatz erhöhen und zusätzliche Mitarbeiter einstellen. Die europaweiten Teilnehmer lieferten sogar noch etwas positivere Ergebnisse.

AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN

HAUPTPROBLEM: STEIGENDE LÖHNE

Die Konjunktur lässt allerdings die Gehälter steigen. In diesem Jahr sind gestiegene Lohnkosten die Top-Herausforderung für deutsche Familienunternehmen. Damit sehen sich 44 Prozent konfrontiert. Ein rein politisches Problem folgt auf Rang 2: Mit wiederkehrenden Regulierungsänderungen kämpfen 41 Prozent. Für mehr als ein Drittel der Befragten ist die Suche nach qualifiziertem Personal weiterhin eine belastende Aufgabe.

WUNSCHLISTE

VERWALTUNGSKOSTEN REDUZIEREN

Die Bürokratie wird in Deutschland als besonders aufwendend empfunden. Nach Ansicht vieler Befragter (40 Prozent) könnte die Politik mit einer Reduzierung der administrativen Pflichten zusätzliche Wachstumsimpulse in den Unternehmen schaffen. Niedrigere Lohnnebenkosten (35 Prozent) sowie insgesamt flexiblere Arbeitsmarktbedingungen (28 Prozent) würden sich ebenfalls vorteilhaft auswirken. Angesichts der aktuellen Diskussionen um die (erneute) Reform des Erbschaftsteuerrechts ist es nicht verwunderlich, dass die befragten Unternehmen nach wie vor unternehmensfreundliche Nachfolgeregelungen fordern.

73% der befragten deutschen Familienunternehmer gaben an, ihr Familienunternehmen befinde sich zu **100% in Familieneigentum**.

PRIORITÄTEN FÜR DIE KOMMENDEN ZWEI JAHRE PROFITABILITÄT STEIGERN, MÄRKTE ERSCHLIESSEN

Oberstes Ziel für die nächsten beiden Jahre ist, die Profitabilität zu erhöhen (58 Prozent). Für deutsche Unternehmen (31 Prozent) ist es deutlich wichtiger, neue Märkte zu erschließen, als für die europäischen Befragten insgesamt (23 Prozent). Obwohl der Kampf um qualifizierte Mitarbeiter nach wie vor als eine der wichtigsten aktuellen Herausforderungen gesehen wird, nennen deutlich weniger Unternehmen als Priorität, Talente für die Firma zu gewinnen und das Personal fortzubilden.

FAMILIENFREMDE MANAGER/ GESCHÄFTSLEITUNG: A FAMILY AFFAIR

Ein entscheidender Unterschied zu den europäischen Wettbewerbern: In Deutschland vertraut man auf die eigene Familie. Gerade einmal die Hälfte deutscher Familienunternehmen sieht einen Vorteil in externen Managern in der Geschäftsleitung (54 Prozent). Europaweit sind es hingegen 84 Prozent. Folglich beschäftigen die befragten deutschen Unternehmen auch deutlich weniger familienfremde Manager (57 Prozent) als ihre europäischen Nachbarn (76 Prozent). Begründet wird diese Entscheidung mit möglichen Konflikten zwischen den Managern und der Nachfolgegeneration. Sie verursachen größere Sorgen als mangelnde persönliche Verbundenheit und Kontrollverlust, die ein familienfremdes Management mit sich bringen könnte.

RISIKEN DURCH FAMILIENFREMDE MANAGER (TOP-3-ANTWORTEN)



Quelle: Family Business Barometer, 4. Ausgabe, Deutsche Kernergebnisse, KPMG 2015

VORTEILE VON FAMILIENFREMDEN MANAGERN (TOP-3-ANTWORTEN)



Quelle: Family Business Barometer, 4. Ausgabe, Deutsche Kernergebnisse, KPMG 2015

KONTAKT

MEHR ZUM THEMA: EUROPEAN FAMILY BUSINESS BAROMETER

Was bewegt Europas Familienunternehmen? Wie ist ihre aktuelle Lage? Welche Ziele haben sie? Und welchen Herausforderungen sehen sie sich dabei gegenüber? Die vierte Ausgabe des Family Business Barometer zeigt, dass die europäischen Familienunternehmen sich positiv entwickeln und größtenteils optimistisch in die Zukunft blicken. Dennoch sehen sie sich steigendem Wettbewerb ausgesetzt und haben Schwierigkeiten, im „War for Talents“ zu punkten. Eine noch relativ kleine, aber wachsende Zahl erwägt den Verkauf ihres Familienunternehmens. Die Studie mit allen Erhebungsdaten für Europa können Sie kostenlos herunterladen unter:

www.kpmg.de/EFB2015

www.kpmgfamilybusiness.com
www.europeanfamilybusinesses.eu

KPMG AG **Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**

Tersteegenstraße 19–31
40474 Düsseldorf

Dr. Christoph Kneip

Bereichsvorstand Familienunternehmen
T +49 211 475-7345
ckneip@kpmg.com

www.kpmg.de/familienunternehmen

DIE FAMILIENUNTERNEHMER – ASU e. V.

Charlottenstraße 24
10117 Berlin

Dr. Daniel Mitrenga

Leiter volkswirtschaftliche Grundsatzfragen
T +49 30 30065-412
mitrenga@familienunternehmer.eu

www.familienunternehmer.eu

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation. Unsere Leistungen erbringen wir vorbehaltlich der berufsrechtlichen Prüfung der Zulässigkeit in jedem Einzelfall.

© 2015 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, ein Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Der Name KPMG, das Logo und „cutting through complexity“ sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.