

21.11.2007 - 11:00 Uhr

PwC-Studie "Family Business Survey 2007/08" - Schweizer Familienunternehmen: Wettbewerb mit starken Marken und Qualität

Zürich (ots) -

33 Prozent der weltweit befragten Familienunternehmen und 38 Prozent der Schweizer Familienunternehmen verzeichneten in den vergangenen 12 Monaten eine signifikant höhere Nachfrage nach ihren Gütern und Dienstleistungen. 58 Prozent der Schweizer Familienunternehmen verfolgen eine Wachstumsstrategie und vertrauen dabei besonders auf ihre Marken sowie die Produktqualität. Im internationalen Vergleich steht in erster Linie die Qualität der Kundenbeziehungen im Vordergrund. 25 Prozent der befragten Schweizer Unternehmen haben keinen strategischen Businessplan. Rund 62 Prozent der vor einem absehbaren Eigentümerwechsel stehenden Familienunternehmen bezeichnen den Verkauf an einen Dritten als möglichste Form einer Nachfolgeregelung. Die grössten externen Herausforderungen für die Schweizer Familienunternehmen sind die regulatorischen und gesetzlichen Veränderungen. 90 Prozent der Familienunternehmen in Nordamerika, 80 Prozent derjenigen in Europa und 68 Prozent der Schweizer Familienunternehmen verfügen über Bonusprogramme für das Management. In der Schweiz wurde ein Viertel davon erst während der letzten zwölf Monate eingeführt. Diese Erkenntnisse gehen aus der weltweiten Studie "Family Business Survey 2007/08" von PricewaterhouseCoopers (PwC) hervor, für welche 1454 Familienunternehmen in 28 Ländern untersucht wurden.

"Gemäss unserer Studie konnten 74 Prozent aller befragten schweizerischen Familienunternehmen in den letzten zwölf Monaten von einer erhöhten Nachfrage nach ihren Gütern und Dienstleistungen profitieren, über die Hälfte davon sogar von einer signifikanten Erhöhung. Im weltweiten Durchschnitt sind 33,3 Prozent der befragten Unternehmen deutlich gewachsen", erklärt Marcel Widrig, Partner Steuer- und Rechtsberatung bei PwC Schweiz. "Die Einschätzungen zur Marktentwicklung hierzulande sind ebenfalls positiv. 58 Prozent der befragten Familienunternehmen konnten im vergangenen Jahr ihre Gewinne steigern und verfolgen für die nächsten zwölf Monate eine Wachstumsstrategie. 34 Prozent der befragten Familienunternehmen gehen dabei von einem positiven Wachstum ihrer Märkte aus", ergänzt Widrig. Entsprechend zeigt sich das Bild in Bezug auf die geplanten Investitionen. Weltweit planen rund 50 Prozent der befragten Unternehmen, ihre Investitionen zu erhöhen, in Europa sind dies rund 47 Prozent und in der Schweiz rund 40 Prozent. Im Vergleich dazu gaben 66 Prozent der befragten Unternehmen in den Emerging Markets an, ihre Investitionen zu erhöhen, worin sich das schnelle Wachstum dieser Volkswirtschaften widerspiegelt.

Regulatorische Rahmenbedingungen - grösste Herausforderung

In der Schweiz befinden sich rund 272'000 von 307'700 Unternehmen in Familienbesitz. Die grössten externen Herausforderungen sind die staatlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen (38 Prozent), gefolgt von der allgemeinen Konjunkturentwicklung (34 Prozent) und dem Konkurrenzkampf (14 Prozent). 22 Prozent der befragten Schweizer Familienunternehmen sehen keine wesentlichen externen Herausforderungen. Diese Einschätzungen weichen von den globalen und europäischen Antworten ab. Dort werden die externen Herausforderungen in erster Linie in der Wirtschaftsentwicklung (44 Prozent global und 43 Prozent in Europa) sowie im Konkurrenzkampf (je 39 Prozent global und in Europa) gesehen, und erst an dritter

Stelle folgen die regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen.

(Nachfolge)Planung - ein wichtiger Schritt zum Erfolg

Global gesehen wird es bei rund einem Viertel der befragten Familienunternehmen in den nächsten fünf Jahren zu einem Eigentümerwechsel kommen. In der Schweiz planen 30 Prozent der Befragten einen Wechsel während dieser Zeitspanne. In Nordamerika gehen 84 Prozent der befragten Unternehmen von einem Wechsel an die nächste Generation aus, in Europa sind es 48 Prozent. Peter Schmid, Partner Steuer- und Rechtsberatung und Leiter Middle Market Schweiz, ergänzt dies wie folgt: "In der Schweiz planen lediglich 22 Prozent der vor einem Eigentümerwechsel stehenden befragten Unternehmen eine familieninterne Übergabe. Die Schweiz verzeichnet den höchsten Wert, was den voraussichtlichen Verkauf an eine Beteiligungsgesellschaft angeht. Für 28 Prozent ist ein derartiger Verkauf in Zukunft die wahrscheinlichste Variante." In Europa liegen die entsprechenden Werte mit 22 Prozent, in den Emerging Markets mit 20 Prozent und in Nordamerika mit 15 Prozent tiefer. Die Studie zeigt, dass, wenn man zum Anteil der Beteiligungsgesellschaften noch die Optionen eines Verkaufs an eine andere Gruppe, eines MBO oder eines IPO zählt, total 62 Prozent der befragten Schweizer Familienunternehmen einen Verkauf vorziehen. Erstaunlich dabei ist, dass Venture Capital keine grosse Bedeutung beigemessen wird, obwohl die Möglichkeit einer Kapitalbeteiligung zur Nachfolgelösung als sehr wahrscheinlich eingestuft wird. Marcel Widrig führt dazu aus: "Fasst man den möglichen Verkauf des Familienunternehmens ins Auge oder will man es im Rahmen einer erbrechtlichen Regelung übertragen, bedarf es eines strategischen Businessplanes und einer Unternehmensbewertung, damit überhaupt klar wird, von welchen Werten gesprochen wird und welche steuerlichen Risiken beziehungsweise Steuerbelastungen auf einen zukommen können. 25 Prozent der befragten Unternehmen haben allerdings keinen derartigen Businessplan, und lediglich 40 Prozent der befragten Familienunternehmen wurden innerhalb des letzten Jahres einer Unternehmensbewertung unterzogen."

Die PwC-Publikation kann als PDF-File bei Claudia Sauter bezogen werden.

Kontakt:

Dr. Marcel Widrig
Partner Steuer- und Rechtsberatung
Leiter Private Clients Schweiz
E-Mail: marcel.widrig@ch.pwc.com

Peter Schmid
Partner Steuer- und Rechtsberatung
Leiter Middle Market Schweiz
E-Mail: peter.schmid@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Leiterin Public Relations
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100549805> abgerufen werden.