



Unternehmensnachfolge Rheinland-Pfalz

Ergebnisse einer neuen Langzeitstudie der Hochschule Mainz in Zusammenarbeit mit den Industrie-, Handels- und Handwerkskammern der Region mit Unterstützung durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Prof. Dr. Anna Rosinus

Das Wichtigste auf einen Blick.

523 Unternehmerinnen und Unternehmer haben im Mai und Juni 2024 an der Umfrage teilgenommen.

Nur **ein Drittel** aller Befragten* haben konkrete Pläne zur Übergabe Ihres Unternehmens.

Ältere Unternehmerinnen und Unternehmer haben eher konkrete Pläne (45%), aber...



...**20%** der Altersgruppe 65+ hat sich noch gar nicht mit der Nachfolgefrage beschäftigt.

Über **die Hälfte** der Befragten bevorzugen eine Übergabe an Familienmitglieder.



Je **größer** das Unternehmen, desto besser die Nachfolgeplanung: 38% der Unternehmen ab 5 FTE haben bereits konkrete Pläne, über 47% der kleineren noch überhaupt keine.



Je weniger Unternehmerinnen und Unternehmer

operativ involviert sind, desto häufiger verfügen sie über konkrete Übergabepläne (~60% vs. ~30%).



Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich bereits haben

beraten lassen, fühlen sich nicht nur besser informiert, sondern sind auch besser vorbereitet: ~60% verfügen über konkrete Nachfolgepläne.



*Wird im Folgenden von „Befragten“ gesprochen, sind diejenigen Unternehmerinnen und Unternehmer gemeint, die die Umfrage beendet haben.
Icons in der gesamten Datei: thenounproject.com & flaticon.com

Glossar

Spezial- und Fachbegriffe ließen sich nicht völlig vermeiden, hier eine kleine Übersicht.

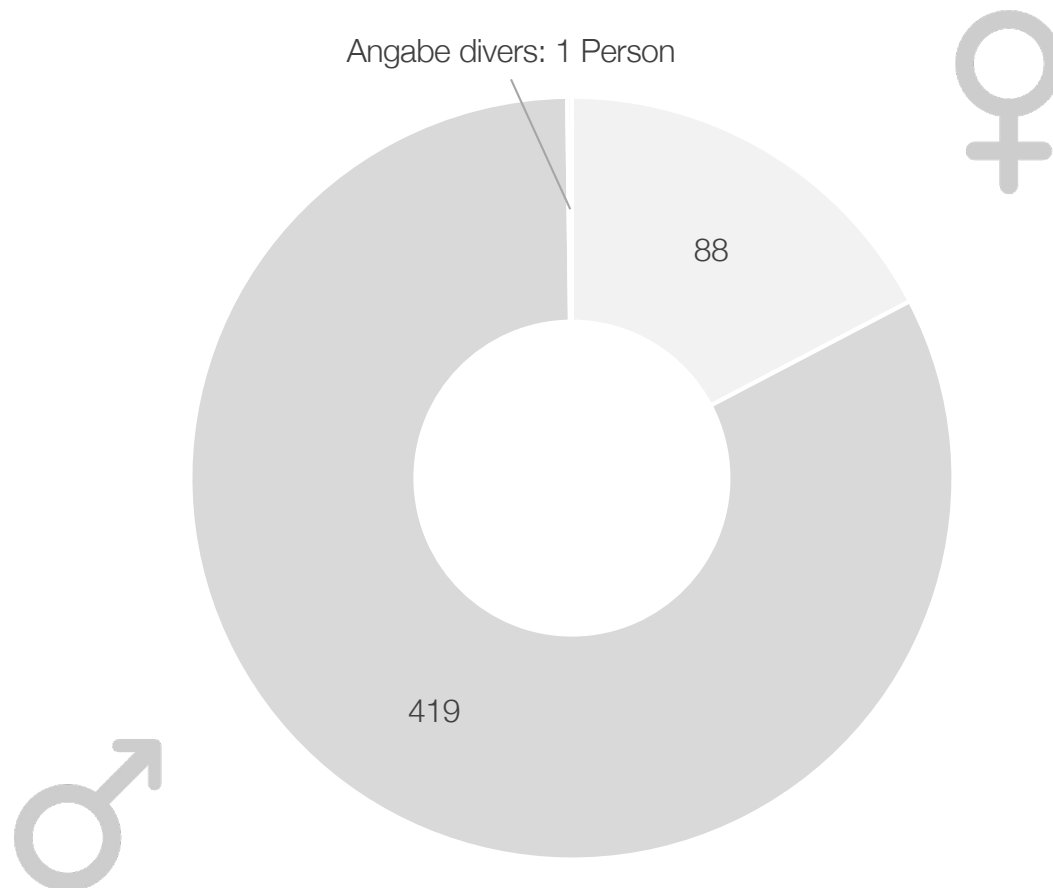
- Signifikanz vs. Tendenz: Wird von **signifikanten** Unterschieden gesprochen, ist gemeint, dass sich die Ergebnisse aus der Studie mit großer Wahrscheinlichkeit auf die Gesamtheit der Unternehmen der Region übertragen lassen. Hierbei werden verschiedene Wahrscheinlichkeiten verwendet, wobei gilt: „je kleiner der mit $p = x$ oder $p < x$ angegebene Wert, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Übertragbarkeit möglich ist“. Wird hingegen von **tendenziellen** Unterschieden gesprochen, sind diese nicht signifikant, d.h. es könnten Zufallsfehler vorliegen, etwa bedingt dadurch, dass sich bestimmte Unternehmerinnen und Unternehmer besonders von der Umfrage angesprochen fühlten.
- **Befragte**: Nicht die angesprochenen/angeschriebenen Unternehmerinnen und Unternehmer sind hier gemeint, sondern diejenigen, die die Umfrage beendet haben.
- Geschichte: Mit „neu“ gegründet sind diejenigen Unternehmen gemeint, die von den aktuellen Inhabenden gegründet wurden, mit „Traditionsunternehmen“ diejenigen, die mindestens in zweiter Generation geführt werden.
- **Sehr kleine Unternehmen** sind die der hier definierten Größenklasse XS1, d.h. Unternehmen mit weniger als 5 Mitarbeitenden (FTE) oder weniger als 1 Mio. Euro Umsatz.
- Planungsstatus: **Konkrete Nachfolgepläne** heißt, dass die Frage „Planen Sie bereits eine Übergabe?“ mit „Ja, es existieren bereits konkrete Pläne.“ oder „Ja und erste Schritte wurden auch schon eingeleitet.“ beantwortet wurde. **Keine (konkreten) Nachfolgepläne** heißt, dass diese Frage „Planen Sie bereits eine Übergabe?“ mit „Nein, noch nicht.“ (oder „Ja, aber noch ohne konkrete Pläne.“) beantwortet wurde.
- In allen Grafiken werden **Anteile kleiner gleich 5%** zwar ausgewiesen, aber der Übersichtlichkeit halber nicht beschriftet. Aus demselben Grund werden Prozentsätze gerundet dargestellt, **Rundungsdifferenzen** sind daher möglich, d.h. bisweilen addieren sich Anteile zu mehr oder weniger als 100%.
- Zusätzliche Quellen:
 - Mittelstandsbericht RLP 2023:
https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/08/Abteilung_4/8405/Mittelstandsberichte/11.03.24_Mittelstandsbericht_2023_Web.pdf.
 - Unternehmensregister RLP 2023:
https://www.statistischebibliothek.de/mir/servlets/MCRFileNodeServlet/RPHeft_derivate_00008092/D2013_202200_1j_K.pdf,

Wie gut sind Unternehmerinnen und Unternehmer auf das Thema Nachfolge vorbereitet?

Auf den folgenden Seiten werden in der Regel zunächst die Charakteristika der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer bzw. die ihrer Unternehmen beschrieben, bevor die Charakteristika mit dem Planungsstatus in Verbindung gebracht werden.

Fünfmal so viele Unternehmer wie Unternehmerinnen...

...nahmen an der Umfrage teil: 419 der 523 in der Umfrage vertretenen Unternehmen werden von Männern geführt.

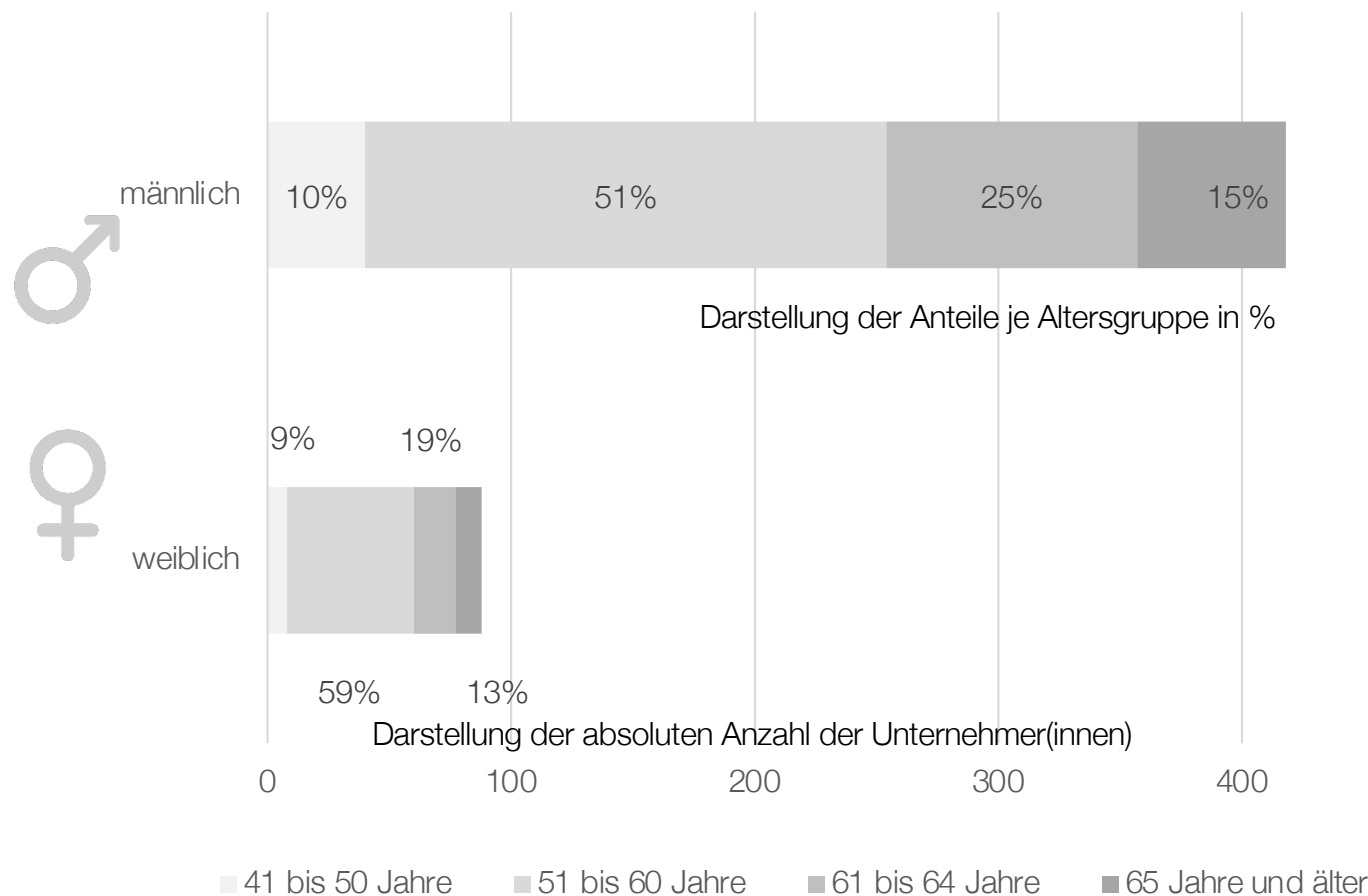


- Insgesamt haben 585 Unternehmerinnen und Unternehmer im Mai und Juni 2024 an der Onlineumfrage teilgenommen.
- Teilnehmende, die angaben, dass ihr Unternehmen mehrheitlich im Besitz externer Investoren ist, deren Unternehmenssitz sich außerhalb der betrachteten rheinlandpfälzischen Kammerbezirke befindet, die ein Alter von 40 Jahren oder jünger angaben, oder die die Umfrage in weniger als 5 Minuten beendeten, wurden für die vorliegende Auswertung nicht berücksichtigt.
- Unter den 523 berücksichtigten Teilnehmenden (im Folgenden als „Befragte“ bezeichnet) waren **88 Unternehmerinnen** und **419 Unternehmer**. Eine Person gab als Geschlecht „divers“ an und 15 Befragte haben die Frage übersprungen.
- Damit entspricht der Anteil der Frauen in unserer Stichprobe in etwa dem Anteil an frauengeführten KMU in Deutschland*.
- Die Daten wurden im Folgenden als einfache Zufallsstichprobe ausgewertet. Auf eine Gewichtung wie bei einer geschichteten Zufallsstichprobe wurde in Ermangelung entsprechender Daten zur Grundgesamtheit verzichtet.

„Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?“ N = 508. *Quelle: KfW Research.

Großteil der Befragten zwischen 51 und 64 Jahren alt und männlich

Die Befragten sind im Durchschnitt 58 Jahre alt. Die Altersverteilung der Unternehmerinnen und Unternehmer unterscheidet sich nicht wesentlich.



- Mehr als drei Viertel der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer sind zwischen **50 und 65 Jahre** alt.

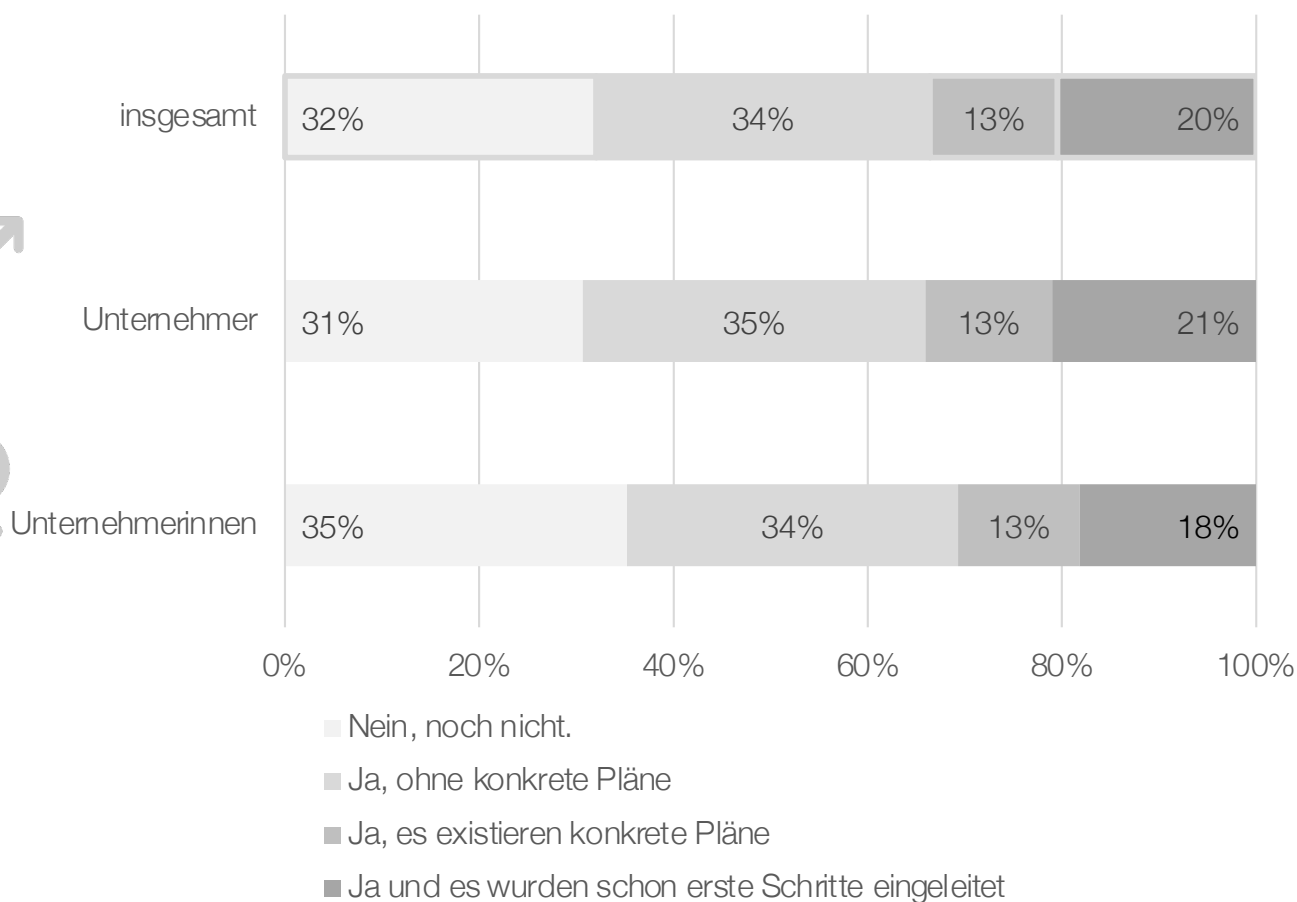
Die Altersverteilung der Unternehmerinnen ist mit der der Unternehmer vergleichbar:

- Im Durchschnitt sind die männlichen Befragten **gut 58 Jahre alt**, die weiblichen Befragten sind nur unwesentlich (etwa ein dreiviertel Jahr) jünger.
- **40%** der befragten Unternehmer und **32%** der befragten Unternehmerinnen sind über 60 Jahre alt*.

„Wie alt sind Sie?“ bzw. „Zu welcher Altersgruppe zählen Sie?“ N = 506. *Dieser Unterschied ist allerdings nicht signifikant. In allen Grafiken werden Anteile kleiner gleich 5% zwar ausgewiesen, aber der Übersichtlichkeit halber nicht beschriftet.

Unternehmerinnen und Unternehmer schlecht vorbereitet

Rund zwei Drittel der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer hat noch keine (konkreten) Pläne zur Unternehmensnachfolge.

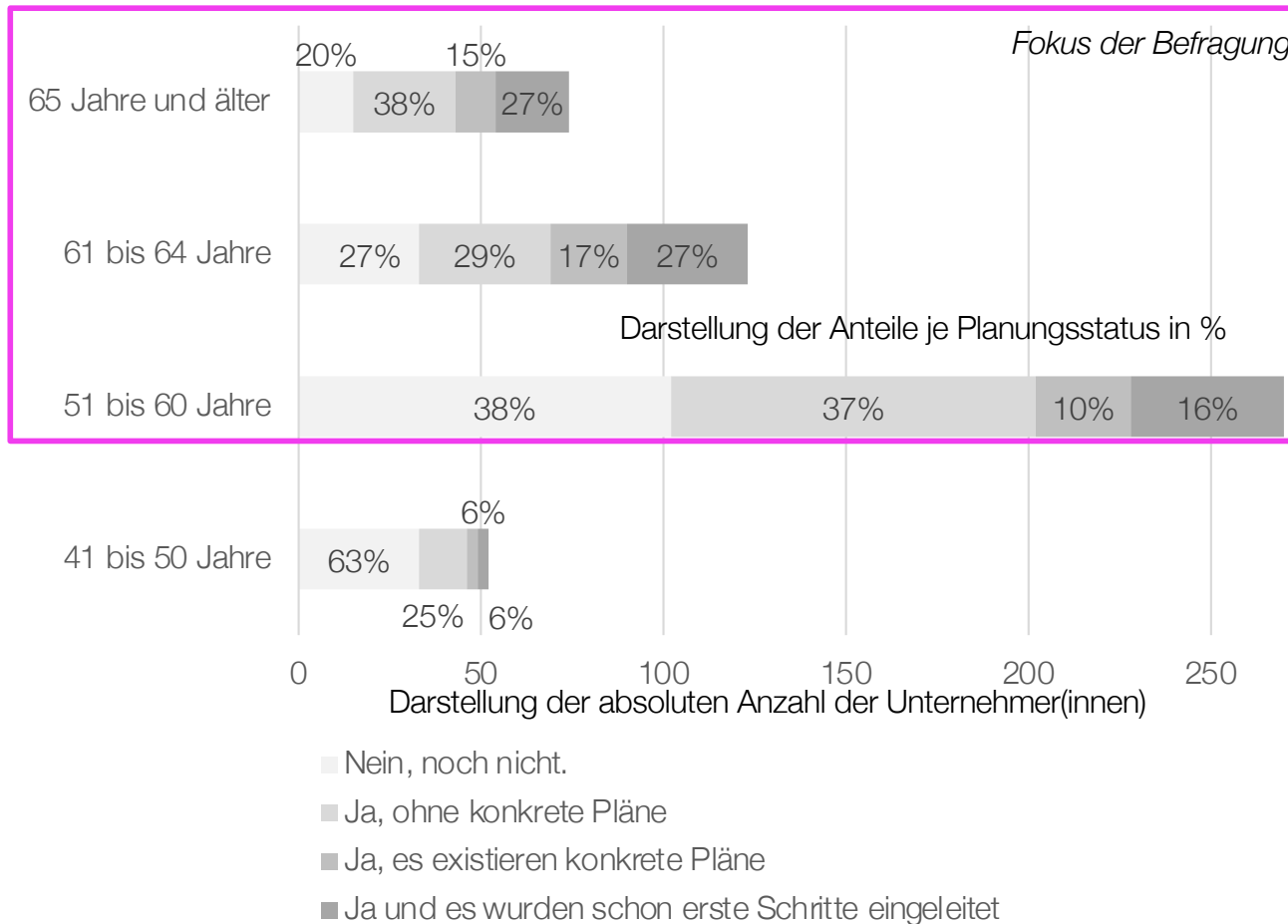


- Rund ein Drittel der Befragten hat **konkrete Pläne** oder sogar bereits erste Schritte zur Übergabe ihrer Unternehmen eingeleitet.
- Ebenfalls ein Drittel hat sich demgegenüber **noch gar keine Gedanken** über die Unternehmensnachfolge gemacht.
- Ein weiteres Drittel der Befragten hat **noch keine konkreten Pläne** zur Unternehmensnachfolge.
- Generell sind kaum Unterschiede im Planungsverhalten der befragten **Unternehmerinnen und Unternehmer** erkennbar.

„Planen Sie bereits eine Übergabe?“ N > 502. Keine signifikanten Unterschiede mit $p < 0,05$ nachweisbar.

Status der Nachfolgeplanung bedenklich

Über die Hälfte der Unternehmerinnen und Unternehmer über 64 Jahre hat noch keine konkreten Pläne zur Unternehmensnachfolge.

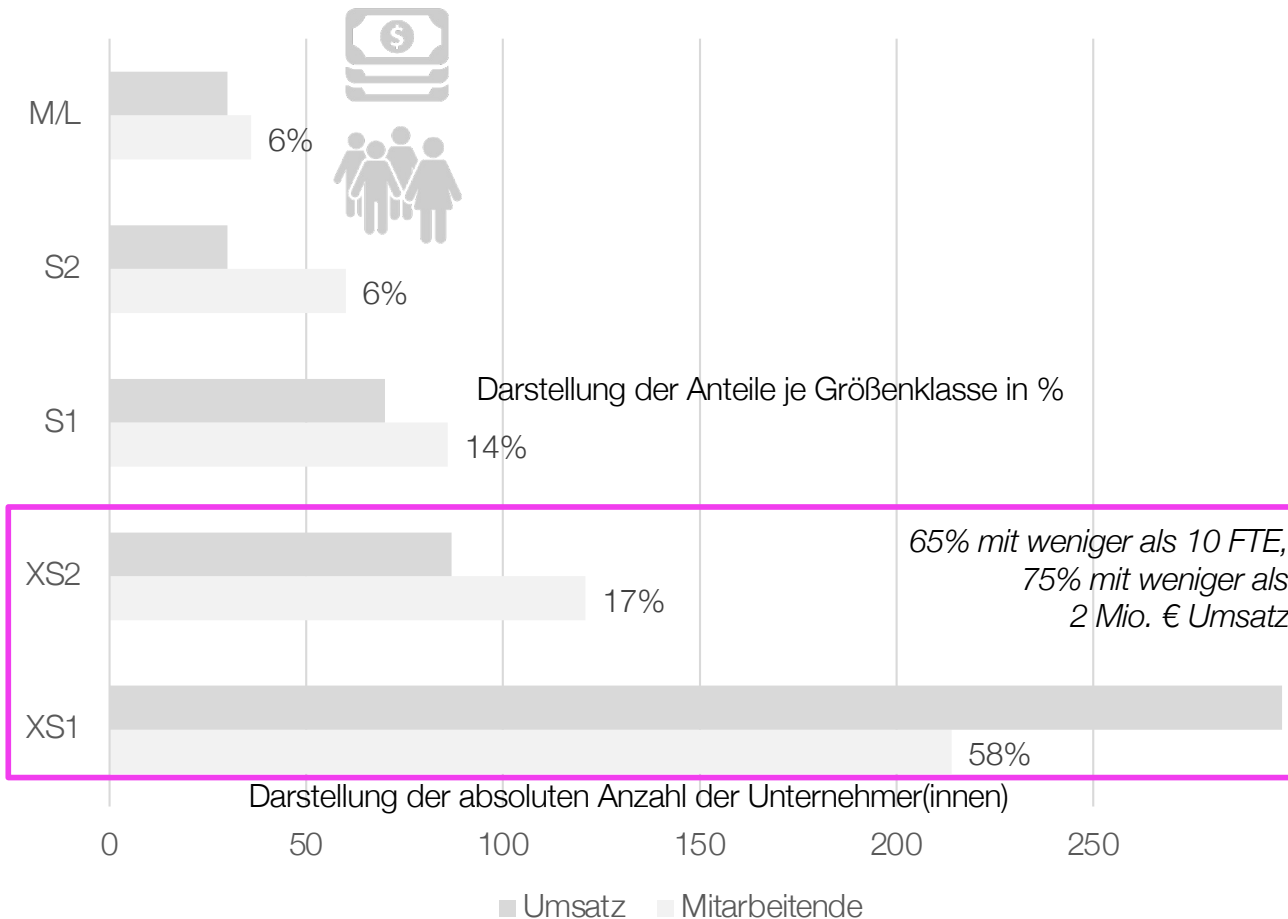


- In allen Altersgruppen fehlen bei **über 50%** der Befragten konkrete Pläne zur Unternehmensnachfolge.
- **Ältere Befragte** (61 Jahre und älter) sind glücklicherweise **besser** auf die **Nachfolgefrage** vorbereitet als jüngere.
- *Unter den 51- bis 60-Jährigen ist der hohe Anteil derer, die bereits erste Schritte eingeleitet haben, vermutlich auf Selbstselektion zurückzuführen.*

N = 519. Unterschiede signifikant mit $p < 0,05$

Kleinstunternehmen dominieren die Unternehmenslandschaft

Anteil der Unternehmen unterschiedlicher Größe an der gesamten Stichprobe variiert deutlich.



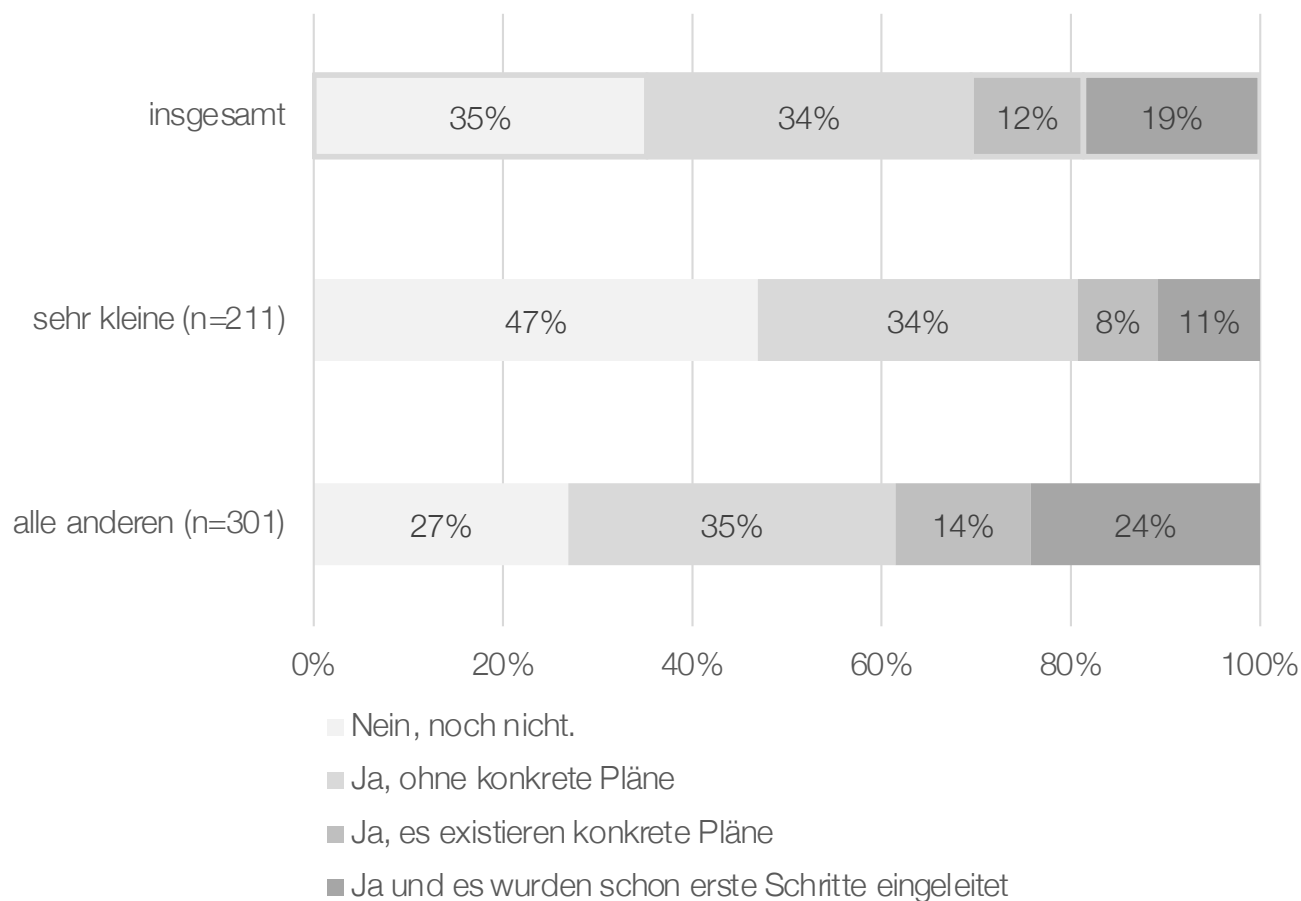
- Kleinstunternehmen
 - **XS1:** bis 4 Mitarbeitende (FTE) bzw. weniger als 1 Mio. Euro Umsatz
 - **XS2:** 5 bis 9 Mitarbeitende (FTE) bzw. 1 bis 2 Mio. Euro Umsatz
- Kleinunternehmen („S1-S2“)
 - **S1:** 10 bis 19 Mitarbeitende (FTE) bzw. 2 bis 5 Mio. Euro Umsatz
 - **S2:** 20 bis 49 Mitarbeitende (FTE) bzw. 5 bis 10 Mio. Euro Umsatz
- Mittelgroße und große Unternehmen („M/L“)
 - zusammengefasst wegen geringer Fallzahlen
 - min. 50 Mitarbeitende (FTE) bzw. min. 10 Euro Umsatz
- Die sehr kleinen Unternehmen (XS1) sind verglichen mit dem Unternehmensregister/ der Umsatzsteuerstatistik RLP unterrepräsentiert, alle anderen Größenklassen sind dementsprechend stärker vertreten.

"Wie viel Umsatz erzielt Ihr Unternehmen ungefähr?" bzw. „Wie viele Mitarbeitende beschäftigt Ihr Unternehmen?“ N = 515.

Quelle der Vergleichsdaten: Mittelstandsbericht RLP 2023 und Unternehmensregister RLP 2023.

Status der Nachfolgeplanung variiert mit der Unternehmensgröße

Fast die Hälfte der sehr kleinen Unternehmen mit bis zu 4 Mitarbeitenden hat noch gar keine Nachfolgepläne.

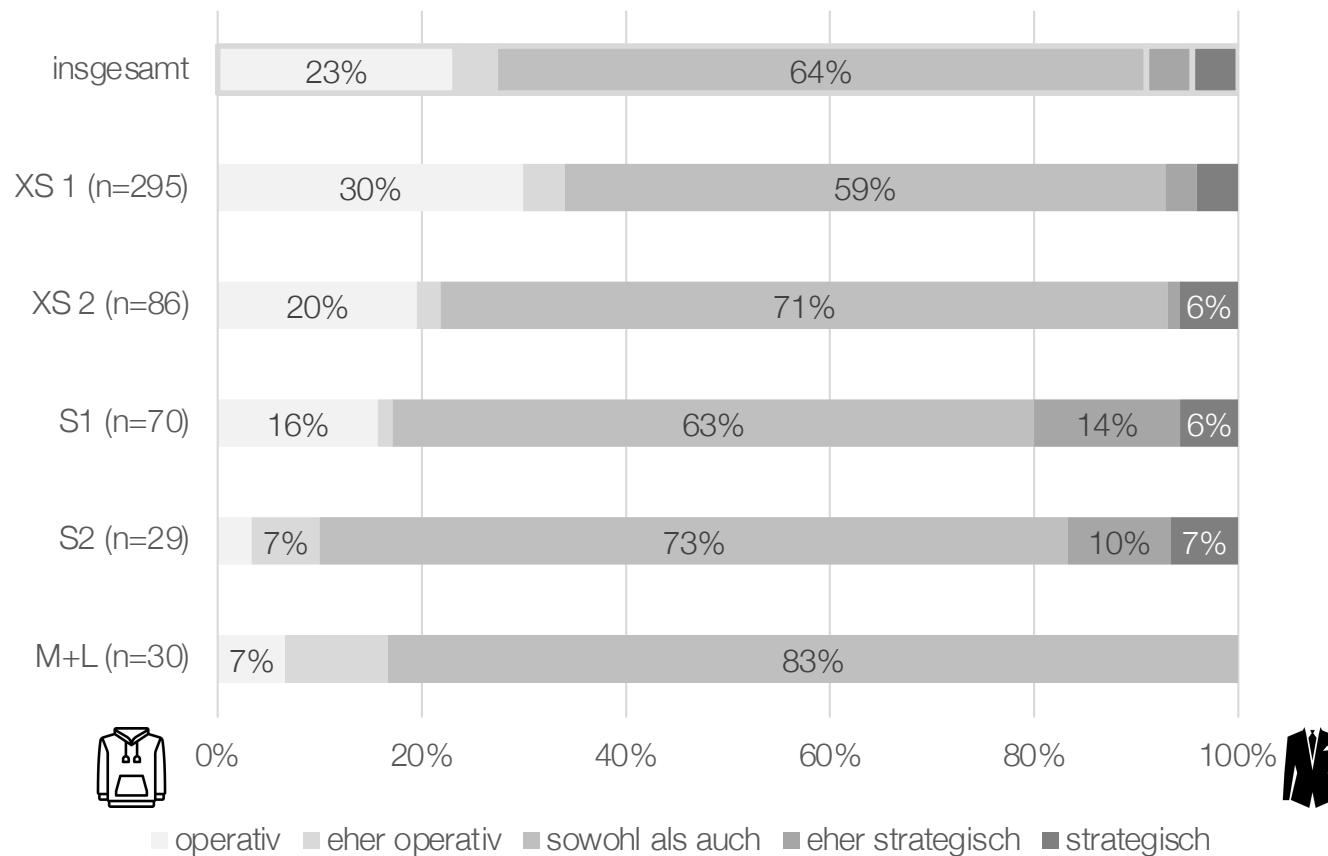


- Die sehr kleinen Unternehmen (XS1) sind mit Abstand am schlechtesten vorbereitet: **Fast 50%** haben **gar keine Pläne** und **nicht einmal ein Viertel** setzt sich bereits konkret mit der Nachfolgefrage auseinander.
- Zwischen den übrigen Größenklassen bestehen keine signifikanten Unterschiede im Status der Nachfolgeplanung.

N = 512. Signifikant mit $p < 0,01$. Größenklassen gemessen an Anzahl FTE, XS1: bis 4 Mitarbeitende (FTE). Sehr starke Korrelation der Größenklassen unterteilt nach Umsatz und Anzahl FTE (Korrelationskoeffizient $> 0,7$).

Operatives Engagement kaum wegzudenken

Nur wenige Unternehmerinnen und Unternehmer mit überwiegend strategischer Rolle.



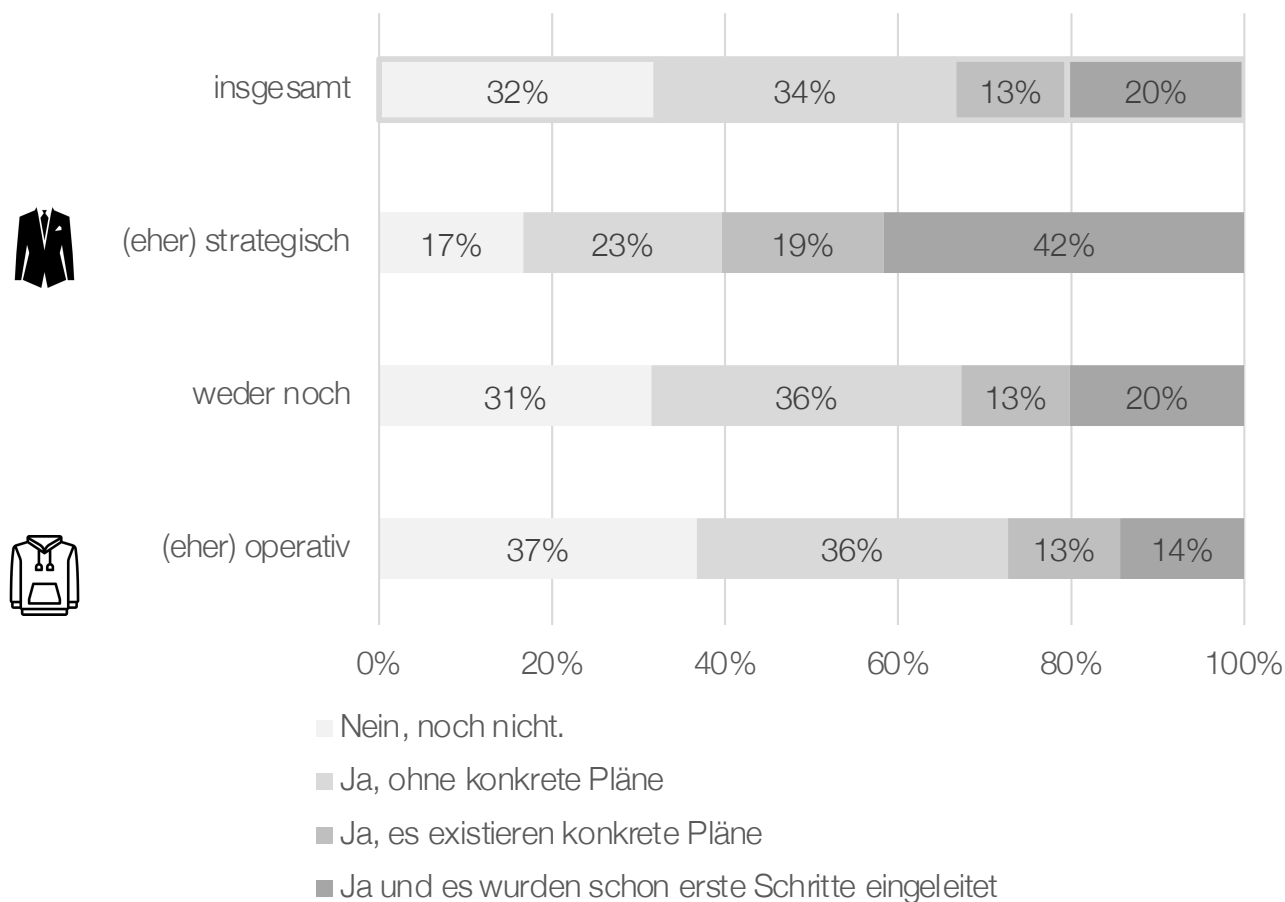
- Die meisten Unternehmerinnen und Unternehmer (**90%**) nehmen keine rein strategische Rolle ein.
- Je **kleiner das Unternehmen** (gemessen am Umsatz), desto stärker sind die Unternehmerinnen und Unternehmer **operativ** involviert.
- *Auffällig ist die vergleichsweise stark operative Rolle der Führungskräfte in den größten Unternehmen der Stichprobe – hier liegt jedoch vermutlich ein Zufallseffekt vor.*

„Wie würden Sie Ihre heutige Rolle in Ihrem Unternehmen beschreiben?“ N = 511.

Die Unterschiede zwischen den Größenklasse den XS1 und S1/ S2 sind signifikant mit $p < 0,01$. Die anderen Unterschiede sind nicht signifikant. Die Größenklassen wurden am Umsatz gemessen.

Strategisches Involvement fördert Nachfolgeplanung

Diejenigen Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich aus dem operativen Tagesgeschäft zurückziehen, kümmern sich mehr um die Zukunft ihrer Unternehmen.

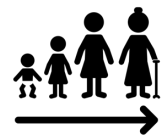


- Nur ein kleiner Teil der Unternehmerinnen und Unternehmer, deren **Rolle (eher) strategischer Natur** ist, hat sich noch gar keine Gedanken bzgl. der Nachfolgeplanung gemacht.
- Demgegenüber verfügen fast drei Viertel, der (auch) **operativ eingebundenen** Unternehmerinnen und Unternehmer noch nicht über **(konkrete) Nachfolgepläne**.

N = 514. Unterschiede zwischen strategisch und (eher) operativ signifikant mit $p < 0,05$.

Hälfte der Unternehmen in mindestens zweiter Generation

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer haben ihre Unternehmen seinerzeit übernommen und nicht selbst gegründet.

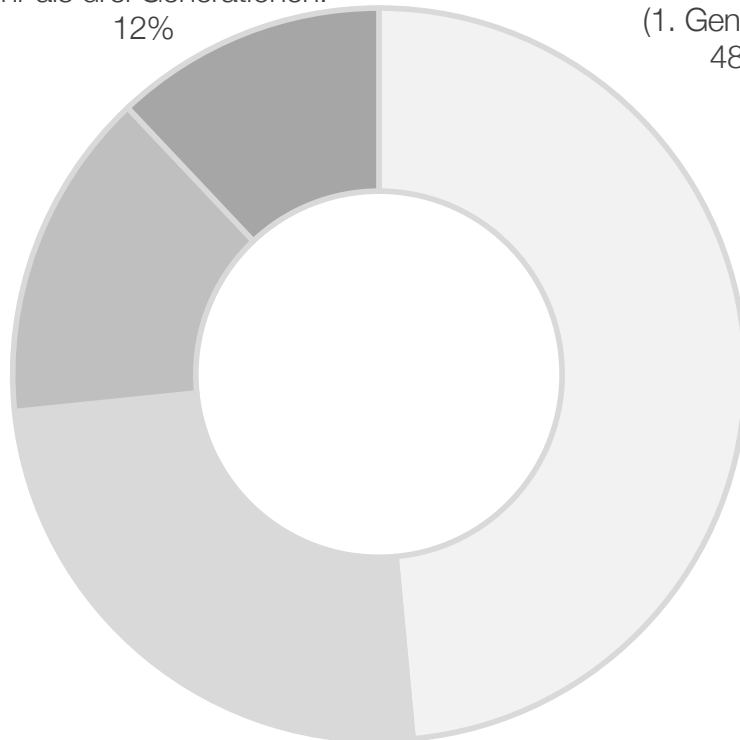


Created by Adrien Coquet
from the Noun Project

Das Unternehmen besteht bereits seit
mehr als drei Generationen.
12%

Ich habe das Unternehmen gegründet
(1. Generation)
48%

Das Unternehmen
besteht bereits in 3.
Generation.
15%



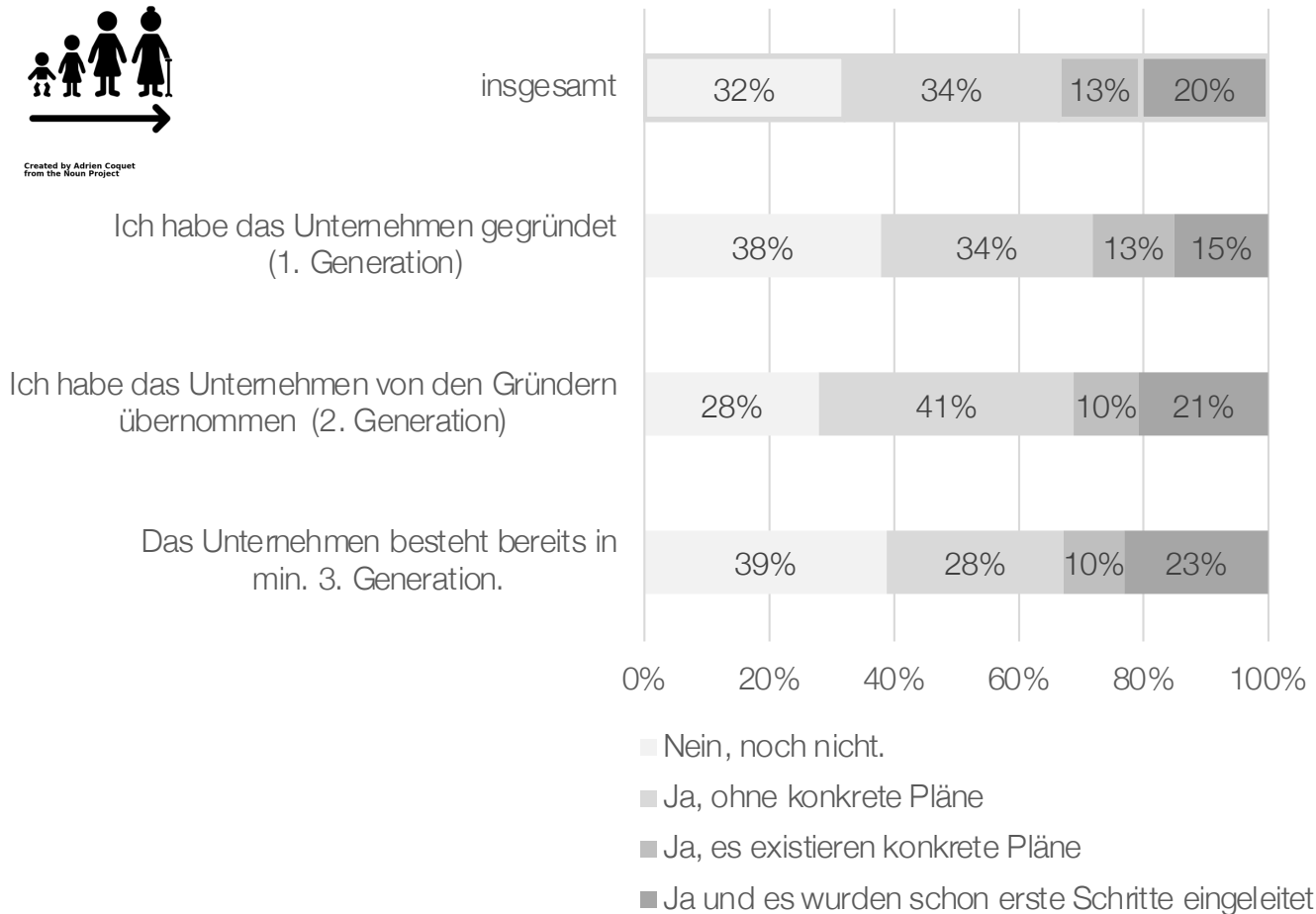
Ich habe das Unternehmen von den
Gründern übernommen (2. Generation)
25%

- Rund die **Hälfte** der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer hat ihr Unternehmen **selbst gegründet**.
- **Ein Viertel** der Unternehmen befindet sich in der **zweiten Generation**, d.h. die Befragten haben das Unternehmen von den ursprünglichen Gründerinnen und Gründern übernommen.
- **15%** der Unternehmen bestehen bereits in der **dritten Generation**, und **12%** schon **länger als drei Generationen**.
- In mehr als der Hälfte der Unternehmen hat somit schon mindestens einmal eine Nachfolge stattgefunden.

„Existiert Ihr Unternehmen schon seit mehreren Generationen (etwa in Familienbesitz)? Wenn ja, seit wie vielen?“ N = 507.

Nachfolgeplanung in Traditionsunternehmen auch nicht besser

Der Planungsstatus unterscheidet sich nicht wesentlich nach der Historie des Unternehmens.



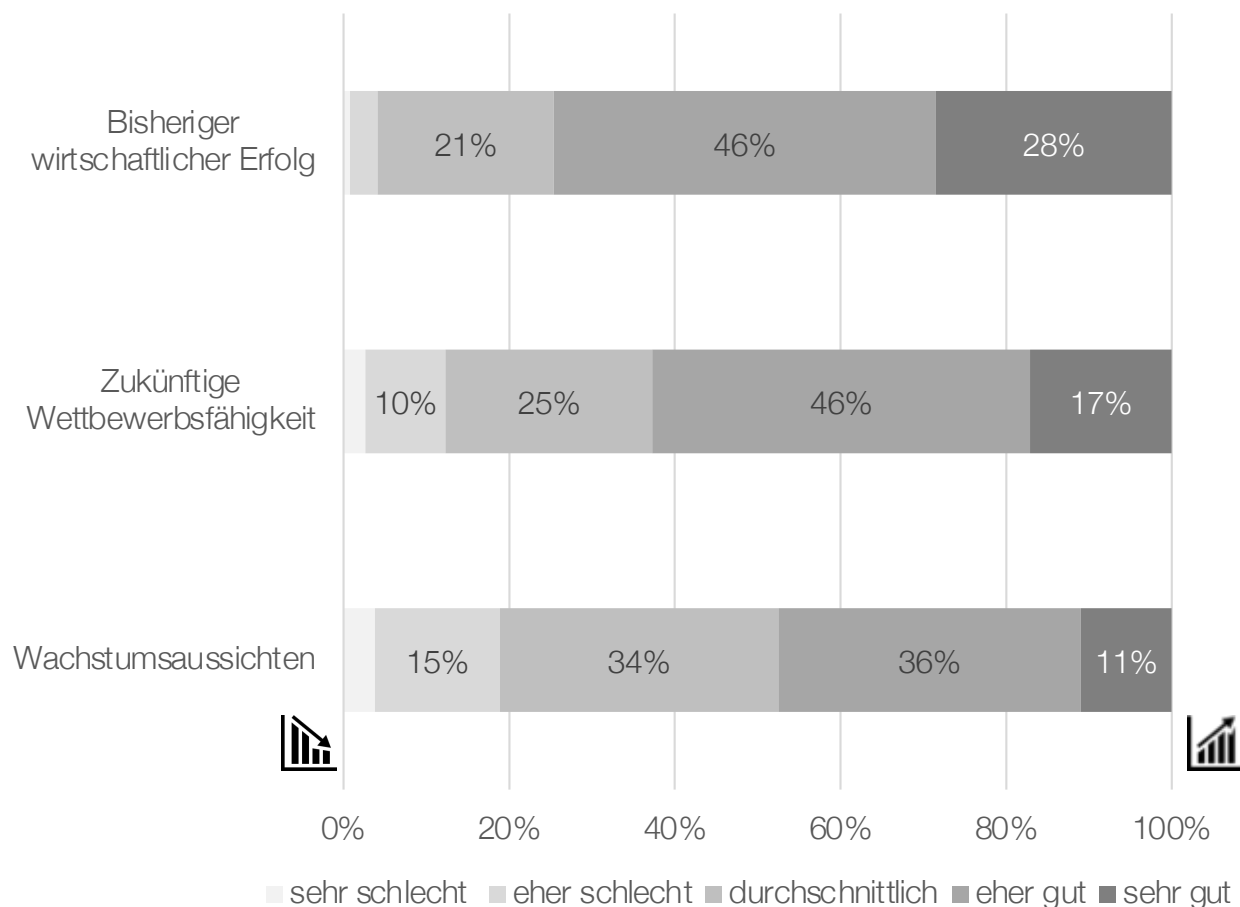
- Der Planungsstatus zur Nachfolge **unterscheidet sich kaum** (nicht signifikant) nach der Vorgeschichte des Unternehmens:
- Der Anteil der Unternehmen, in denen **konkrete Nachfolgepläne** bestehen, beläuft sich in allen Gruppen auf **28-33%**.
- Der Anteil der Unternehmen, die **bereits erste Schritte** der Übergabe eingeleitet haben, ist tendenziell **umso höher, je mehr Generationen** die Unternehmen bereits durchlaufen haben.
- In der Gruppe der Unternehmen, die sich in **mindestens dritter Generation** befinden, liegt allerdings auch der **höchste Anteil** an Unternehmerinnen und Unternehmern **ohne jegliche Nachfolgepläne** vor.

N = 504. Unterschiede nicht signifikant zu $p = 0,05$.

Wie bewerten die Befragten generell die gegenwärtige und zukünftige Situation ihrer Unternehmen?

Wirtschaftlicher Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit sehr gut bewertet

Überwiegend optimistische Einschätzung der aktuellen und zukünftigen Lage im Hinblick auf wirtschaftliche Aspekte.

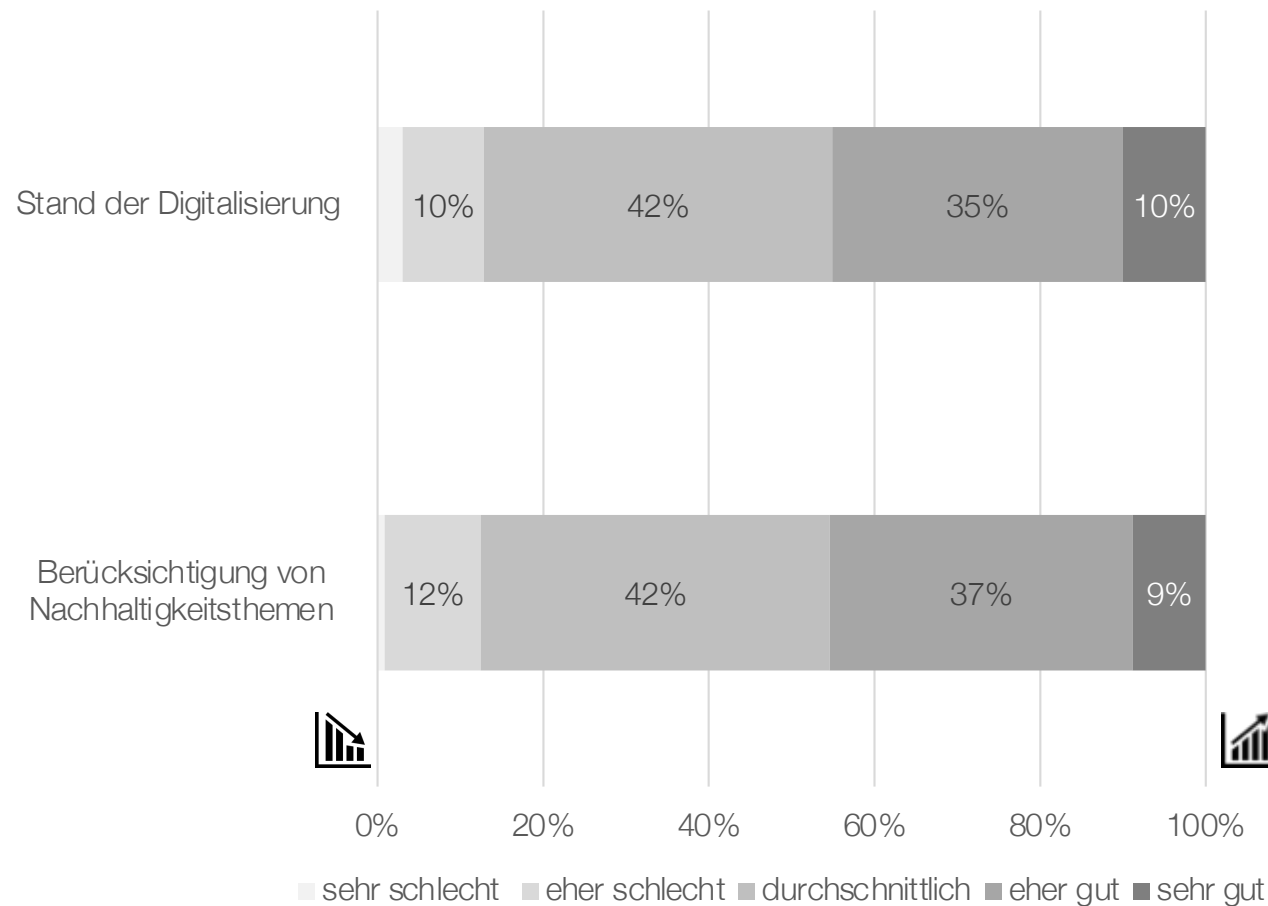


- Im Zeitraum der Befragung im Mai und Juni 2024 zeigte sich eine überwiegende Zufriedenheit mit dem **bisherigen wirtschaftlichen Erfolg** und der **zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit**:
 - Der wirtschaftliche Erfolg wird von **größeren Unternehmen** besser bewertet.
 - Die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit schätzen die **Handwerksbetriebe** und die **„neu“ gegründeten Unternehmen** optimistischer ein.
- Demgegenüber bestand eine leichte Skepsis hinsichtlich der **Wachstumsaussichten**:
 - Insbesondere die **„Traditionsunternehmen“** bewerten diese skeptisch.
 - **Größere Unternehmen** haben ein optimistischeres Bild von der Zukunft als die sehr kleinen.

„Bitte bewerten Sie im Folgenden die wirtschaftliche Situation und Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens.“ N > 490. Mit „neu“ gegründet sind diejenigen Unternehmen gemeint, die von den aktuellen Inhabenden gegründet wurden, mit „Traditionsunternehmen“ diejenigen, die mindestens in zweiter Generation geführt werden.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit nur verhalten optimistisch bewertet

Mittelmäßige Einschätzung der aktuellen und zukünftigen Lage im Hinblick auf den Stand der Digitalisierung sowie die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsthemen.

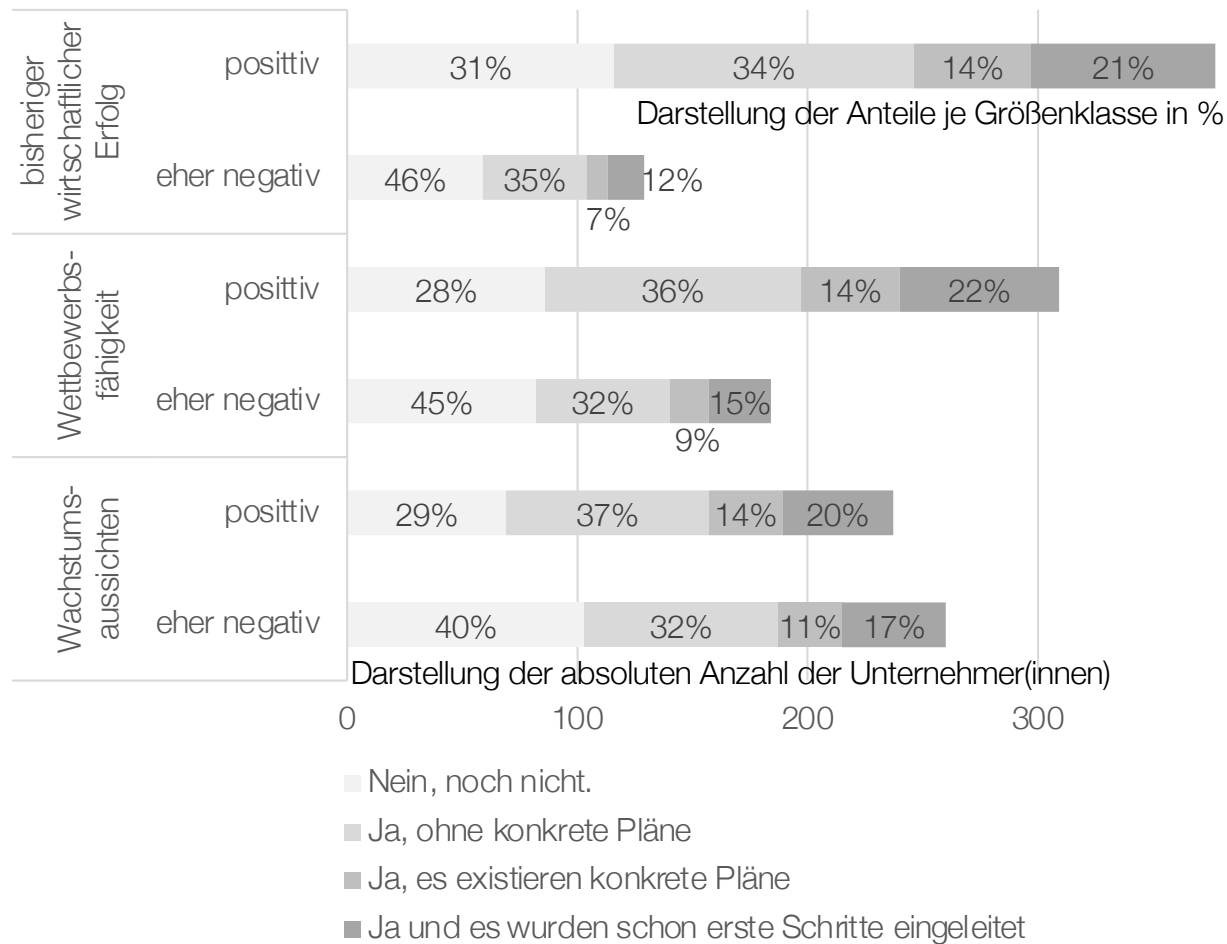


- Der **Stand der Digitalisierung** wird von weniger als der Hälfte der Befragten gut bewertet.
- Die **Handwerksbetriebe** schätzen den Stand der Digitalisierung schlechter ein.
- **Größere Unternehmen** bewerten ihren Stand der Digitalisierung besser als die sehr kleinen.
- Auch bei der Berücksichtigung von **Nachhaltigkeitsthemen** zeigen sich die Befragten nur bedingt zufrieden:
 - Weniger als die Hälfte der Befragten bewerten die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsthemen gut.
 - Hier bestehen keine signifikanten Unterschiede im Hinblick auf Größe, Branche, Alter o.ä..

„Bitte bewerten Sie im Folgenden die wirtschaftliche Situation und Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens.“ N > 490.

Nachfolgeplanung in erfolgreichen Unternehmen besser

Unternehmerinnen und Unternehmer, die ihren bisherigen wirtschaftlichen Erfolg und/oder ihre Wettbewerbsfähigkeit positiv bewerten, sind besser auf eine Übergabe vorbereitet.



Der Planungsstatus zur Nachfolge unterscheidet sich nach der **Bewertung der wirtschaftlichen Situation**:

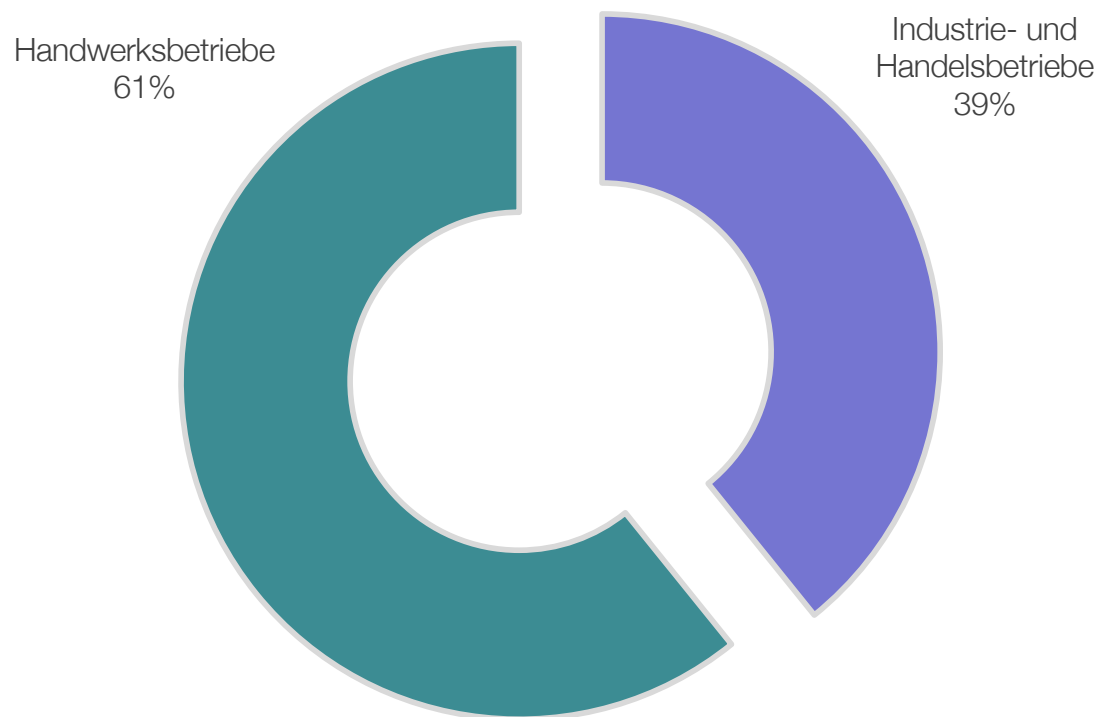
- Bewerten die Befragten ihren bisherigen **wirtschaftlichen Erfolg positiv**, sind sie besser auf die Nachfolgefrage vorbereitet: 35% (gegenüber 19%) haben konkrete Pläne.
- Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der **Wettbewerbsfähigkeit**: Wird diese **positiv** bewertet, sind die Unternehmerinnen und Unternehmer besser auf die Nachfolgefrage vorbereitet: konkrete Pläne liegen in 36% (gegenüber 24%) der Fälle vor.
- Überraschenderweise fällt dieser Zusammenhang bei den **Wachstumsaussichten** weniger deutlich (und nicht signifikant) aus.

Unternehmen mit geringem wirtschaftlichem Erfolg, schlechter Wettbewerbsfähigkeit und mangelnden Wachstumsaussichten werden oftmals auch als nicht „übergabefähig“ eingestuft.

N > 492. Unterschiede bei bisheriger wirtschaftlicher Situation und Wettbewerbsfähigkeit signifikant zu $p < 0,01$. Unterschiede bei Wachstumsaussichten nicht signifikant bei $p < 0,05$.

Befragte kommen mehrheitlich aus dem Handwerk

Unternehmensdemographische Daten: Handwerks- vs. Industrie- und Handelsbetriebe

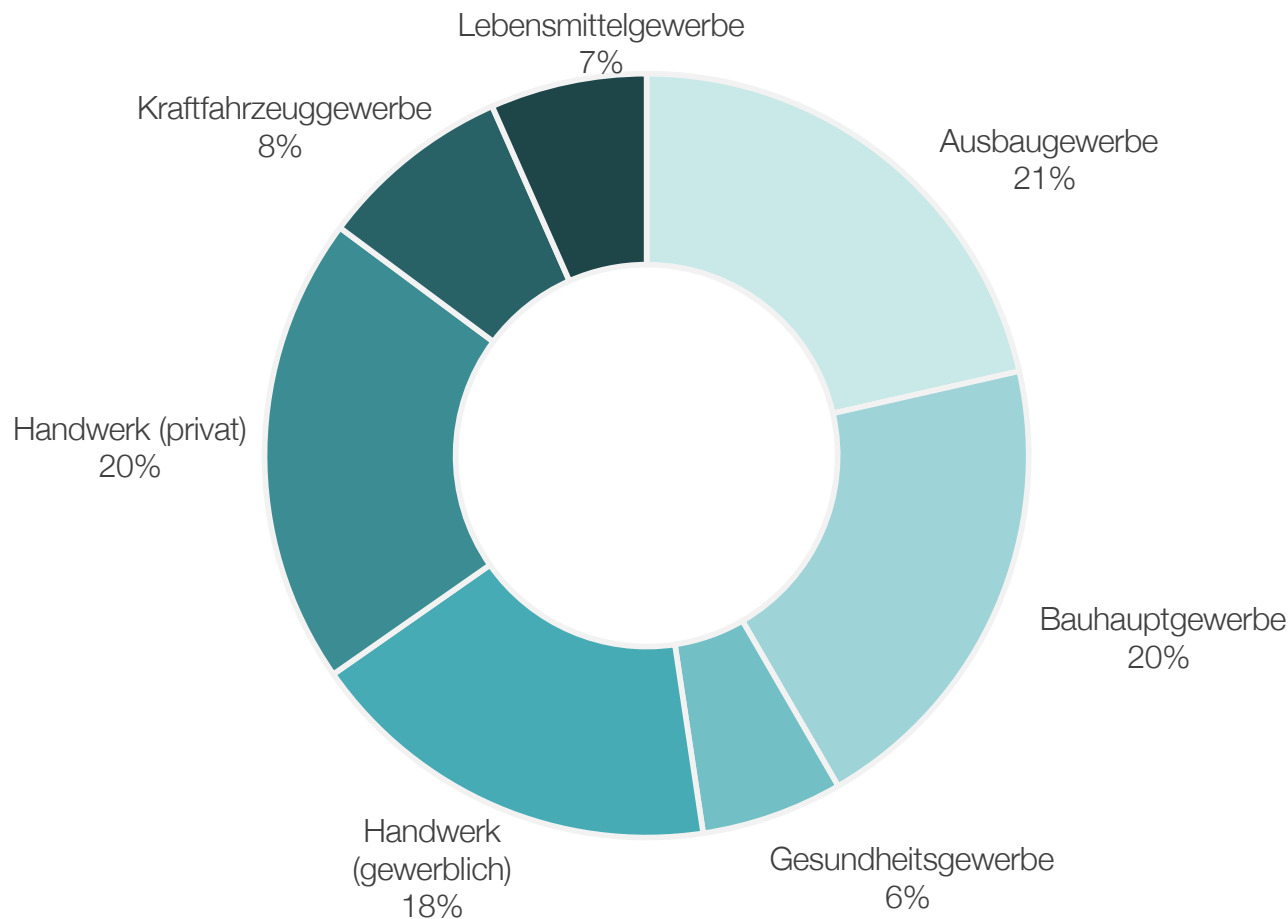


- Fast zwei Drittel der Befragten kommen aus Handwerksbetrieben (**61%**).
- Industrie- und Handelsbetriebe machen **39%** der Teilnehmenden aus.
- *Die Verteilung der teilnehmenden Betriebe entspricht in der Tendenz der Verteilung der Industrie- und Handels- sowie Handwerksbetriebe in Rheinland-Pfalz.*

„Welcher Kammer gehört Ihr Unternehmen an?“. N = 523.

Großteil der befragten Handwerksbetriebe aus dem Baugewerbe

Unternehmensdemographische Daten: Verteilung der verschiedenen Gewerke.

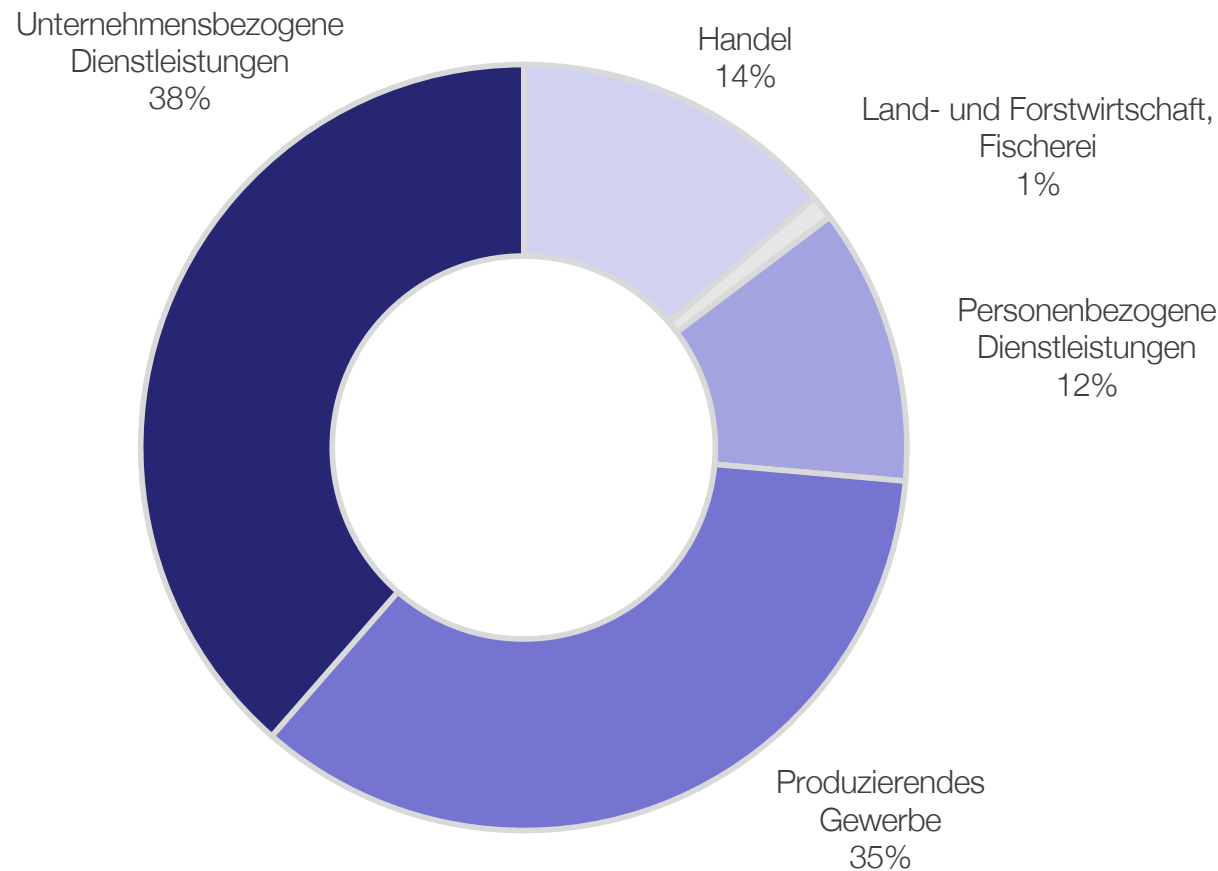


- Über 40% der Unternehmen sind dem **Baugewerbe** (Ausbau- und Bauhauptgewerbe) zuzuordnen.
- Die nächstgrößten Gruppen sind das **Handwerk für private** und das für **gewerbliche Bedarfe** mit je rund 30%.
- *Im Vergleich zur Unternehmenslandschaft laut Mittelstandsbericht RLP 2023 bestehen leichte Unterschiede: das Ausbaugewerbe ist unter-, andere Gewerbegruppen sind (überwiegend leicht) überrepräsentiert.*
- *Hierbei ist zu beachten, dass die Zielgruppe dieser Befragung die älteren Unternehmerinnen und Unternehmer waren und sich die Verteilung der Unternehmen auf die verschiedenen Gewerbe im Zeitablauf geändert hat.*

„In welchem Gewerbe ist Ihr Unternehmen tätig?“ N = 317. Quelle der Vergleichsdaten: https://www.statistik.rlp.de/fileadmin/dokumente/berichte/E/5013/E5013_202200_1j_L.pdf und https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/08/Abteilung_4/8405/Mittelstandsberichte/11.03.24_Mittelstandsbericht_2023_Web.pdf.

Unter den Industriebetrieben dominiert der Dienstleistungssektor

Unternehmensdemographische Daten: Verteilung der verschiedenen Industriezweige.

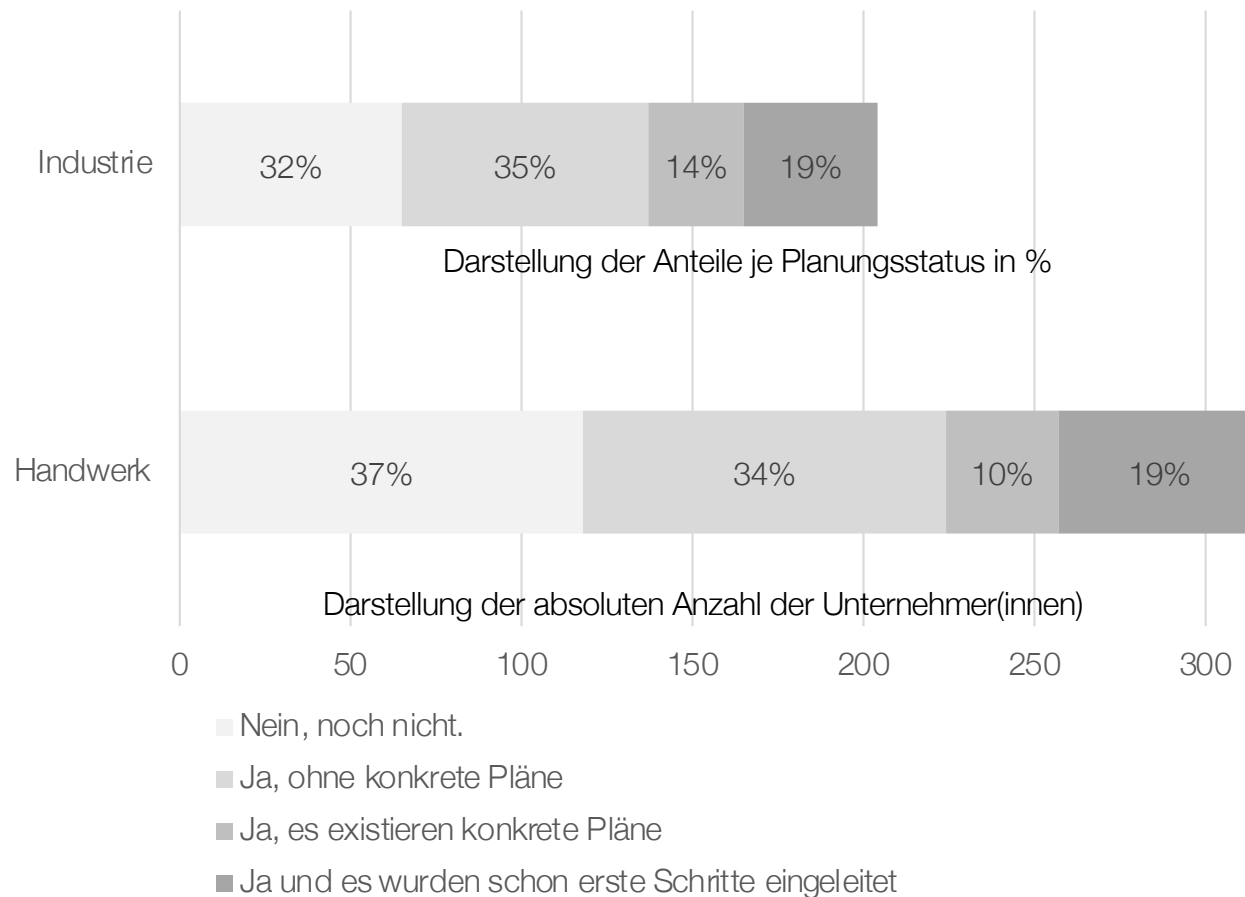


- Unternehmensbezogene Dienstleistungen dominieren unter den Industriebetrieben mit fast **40%**. Das produzierende Gewerbe ist ebenfalls stark vertreten und macht **35%** der Betriebe aus.
- **14%** der Unternehmen sind dem Handel zuzuordnen, **12%** den personenbezogenen Dienstleistungen.
- Land- & Forstwirtschaft/Fischerei spielen mit nur 1% eine sehr geringe Rolle.
- *Die Verteilung der Unternehmen auf die Wirtschaftsbereiche unterscheidet sich von deren Verteilung (2021) laut Mittelstandsbericht 2023: Während das produzierende Gewerbe überrepräsentiert ist, haben vergleichsweise wenige Dienstleistungsbetriebe an der Befragung teilgenommen.*
- *Hierbei ist zu beachten, dass die Zielgruppe dieser Befragung die älteren Unternehmerinnen und Unternehmer waren und sich die Verteilung der Unternehmen auf die verschiedenen Industriezweige im Zeitablauf geändert hat.*

„In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?“ N = 197. Quelle der Vergleichsdaten: https://mwvlw.rlp.de/fileadmin/08/Abteilung_4/8405/Mittelstandsberichte/11.03.24_Mittelstandsbericht_2023_Web.pdf.

Nachfolgeplanung unterscheidet sich kaum in Industrie & Handwerk

Industriebetriebe sind vergleichbar schlecht auf die Unternehmensnachfolge vorbereitet wie die Handwerksbetriebe.

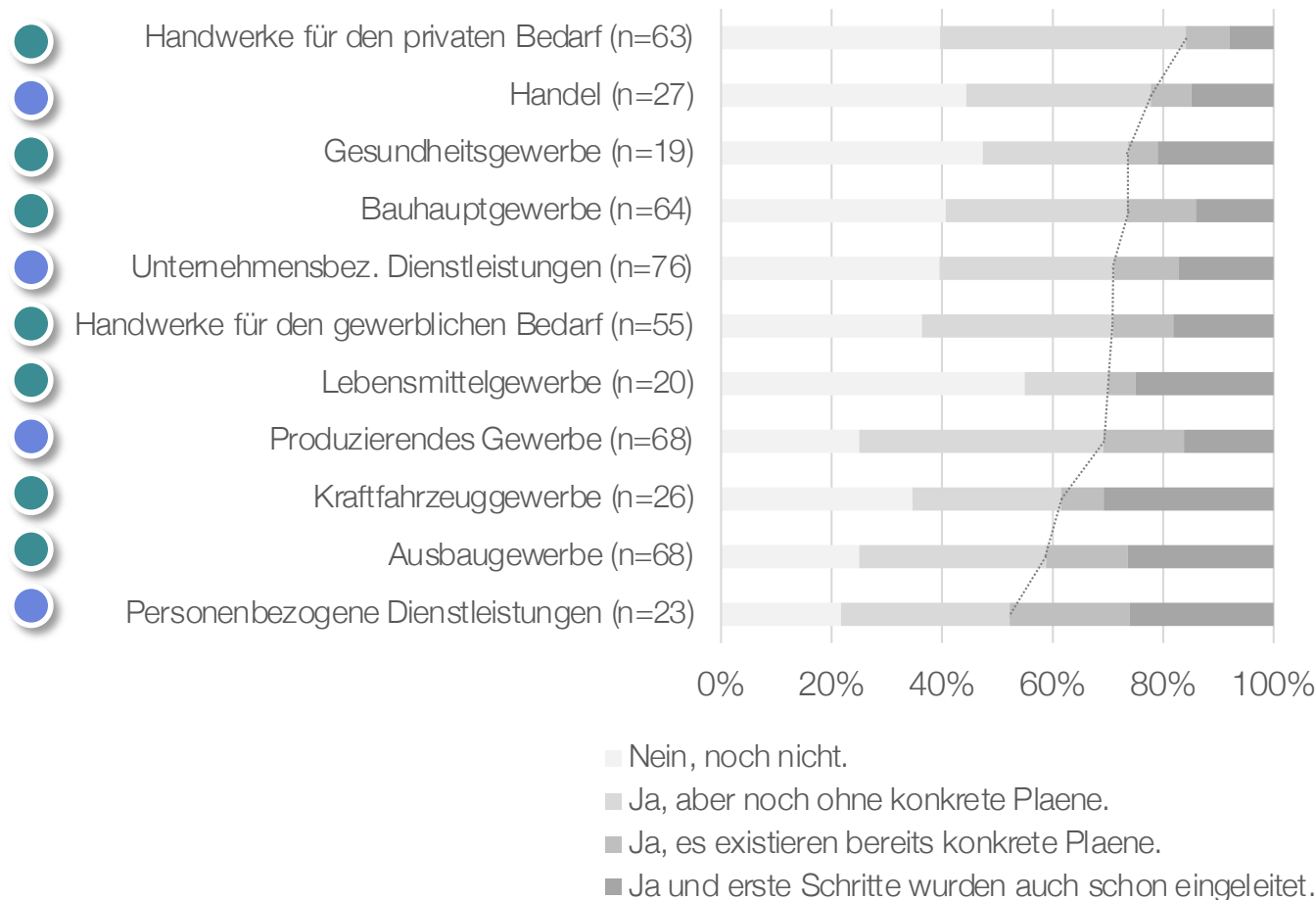


- Die **Nachfolgeplanung** unterscheidet sich nicht (signifikant) zwischen Industrie- und Handwerksbetrieben.
- Rund **ein Drittel** der Unternehmen in beiden Sektoren hat Nachfolgepläne, aber noch keine konkreten Maßnahmen getroffen.
- Die Handwerksbetriebe haben etwas häufiger noch gar keine Nachfolgepläne als die Industriebetriebe.
- Die Industriebetriebe verfügen tendenziell etwas häufiger über konkrete Nachfolgepläne.

N = 520. Nicht signifikant mit $p = 0,05$.

Deutlichere Unterschiede der Nachfolgeplanung nach Branche.

Differenziert nach Branchenzugehörigkeit zeigen sich deutlichere Unterschiede im Status der Nachfolgeplanung.

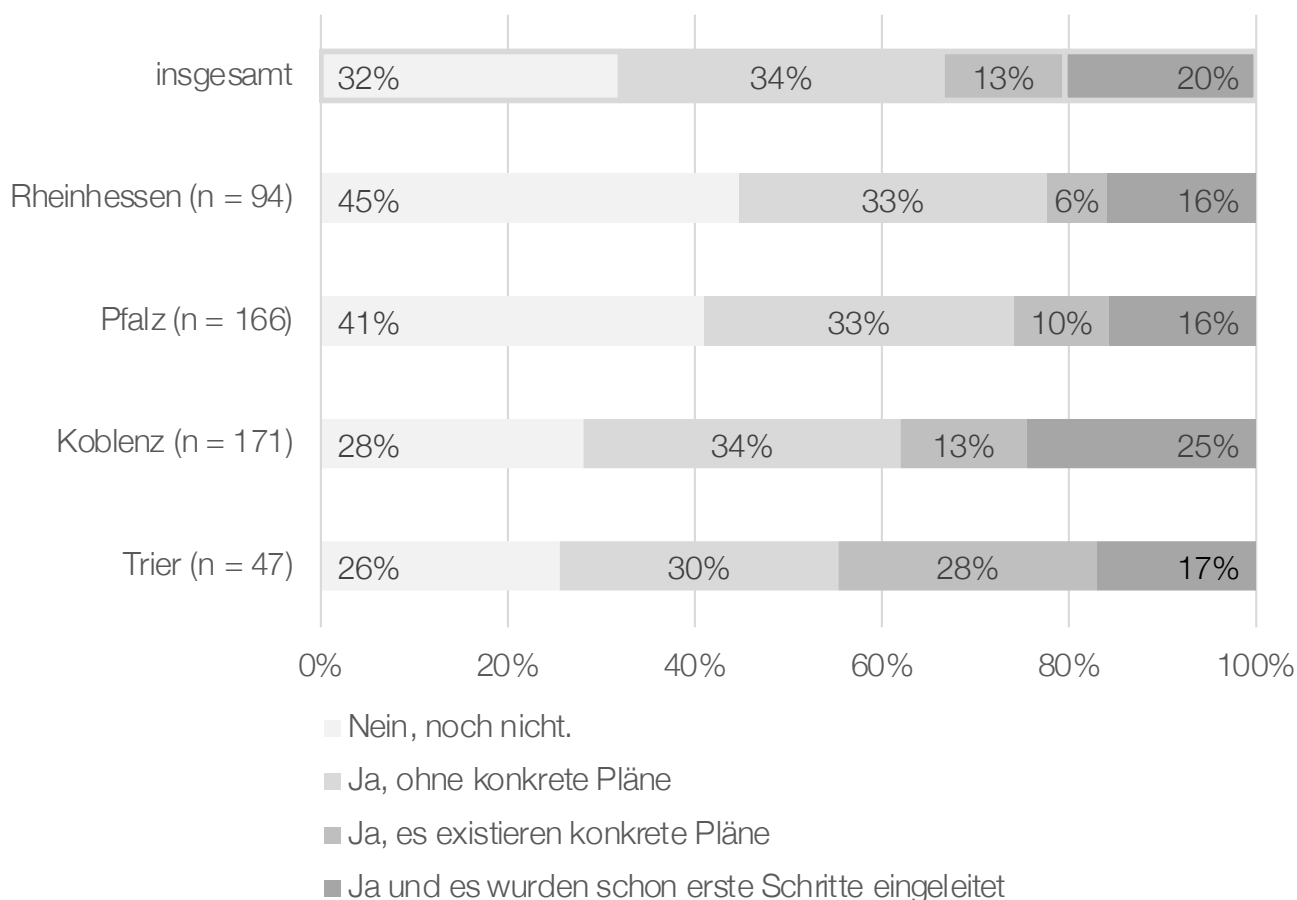


- Bei den Handwerken für den privaten Bedarf und im Handel haben je mehr als **drei Viertel** der Befragten noch keine (konkreten) Pläne zur Übergabe ihrer Unternehmen.
- Im Gesundheits- und Bauhauptgewerbe, bei den unternehmensbezogenen Dienstleistungen, den Handwerken für den gewerblichen Bedarf sowie dem Lebensmittel- und produzierenden Gewerbe sind haben jeweils **rund 70%** keine (konkreten) Pläne.
- Im Kfz- und im Ausbaugewerbe sowie im Bereich der personenbezogenen Dienstleistungen beläuft sich der Anteil derer ohne (konkrete) Pläne immerhin nur auf **um die 60%**.

N = 509. Die Land- und Forstwirtschaft, Fischerei ist aufgrund zu geringer Beteiligung ausgeblendet. Die dargestellten Unterschiede sind nur schwach signifikant ($p > 0,05$).

Planungsstatus divergiert in den befragten Regionen

Am schlechtesten sind die befragten Unternehmerinnen und Unternehmer in Rheinhessen und in der Pfalz vorbereitet.



Differenziert nach Region zeigen sich deutliche (teils signifikante) **Unterschiede im Planungsstatus:**

- In nur etwa jedem fünften Unternehmen aus **Rheinhessen...**
- ... und nur rund jedem vierten Unternehmen aus der **Pfalz** liegen bereits konkrete Nachfolgepläne vor.
- Überdurchschnittlich gut vorbereitet sind indes die befragten Unternehmerinnen und Unternehmer aus **Koblenz** und **Trier**.

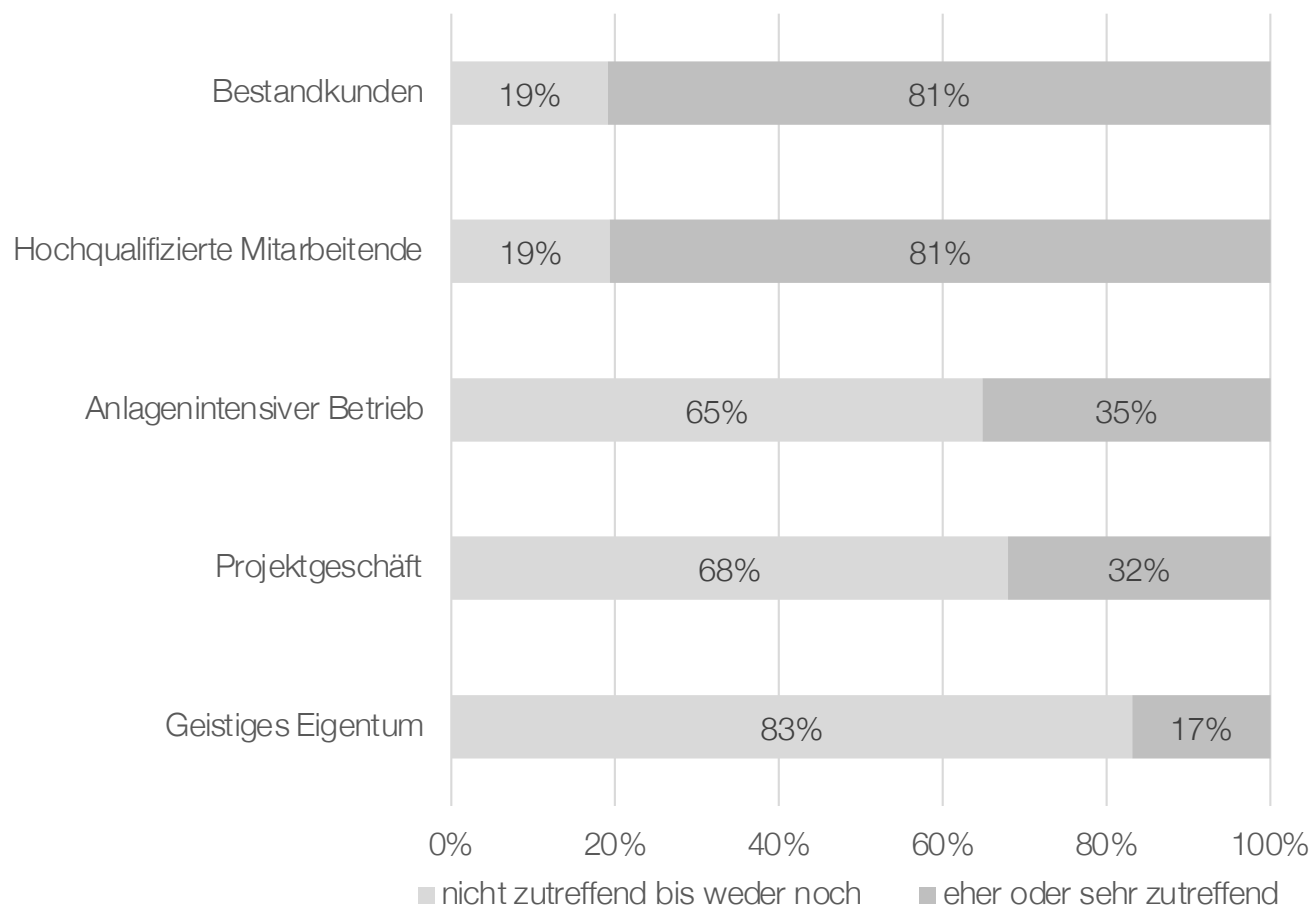
Die genannten Unterschiede sind vermutlich zum Teil strukturell bedingt:

- *Unter den rheinhessischen Befragten sind überdurchschnittlich viele Betriebe dem Handel, den Handwerken für den privaten Bedarf sowie den unternehmensbezogenen Dienstleistungen zuzuordnen: alles Branchen/Gewerke mit unterdurchschnittlichem Planungsstatus.*
- *Die Daten aus Trier sind aufgrund der vergleichsweise geringen Teilnehmendenzahl vorsichtig zu interpretieren.*

„Planen Sie bereits eine Übergabe?“ und „Welcher Kammer gehört Ihr Unternehmen an?“ N =518. Signifikante Unterschiede mit $p < 0,05$ nur bedingt nachweisbar.

Meist Bestandskundengeschäft und hochqualifizierte Mitarbeitende

Bezüglich der Charakteristika ihrer Geschäftstätigkeit gaben 80% der Befragten an, über Bestandskunden und hochqualifizierte Mitarbeitende zu verfügen.

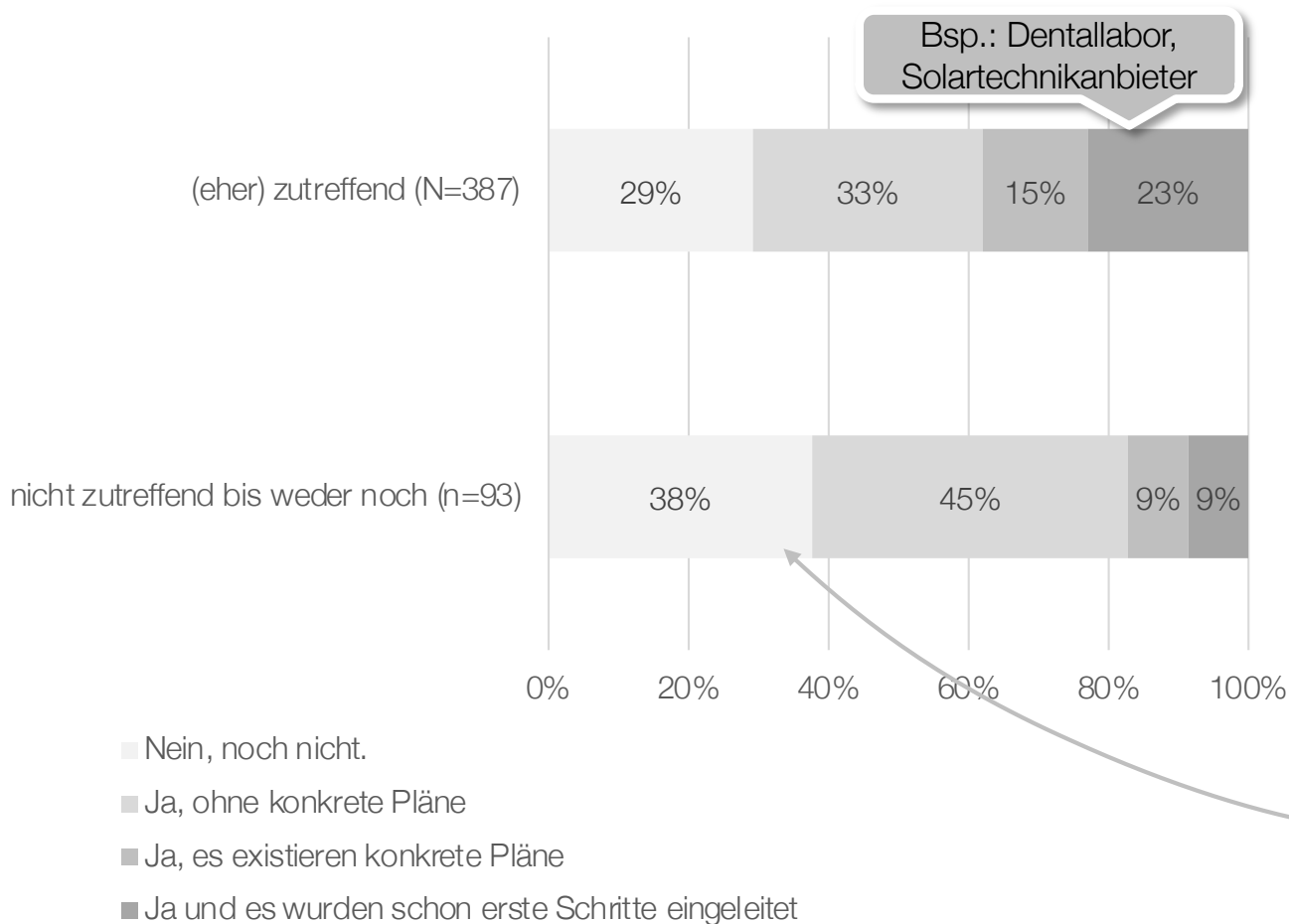


- Die meisten befragten Unternehmerinnen und Unternehmer gaben an, hauptsächlich **Bestandskunden** zu haben.
- Ein Großteil der befragten Unternehmen verfügen über **hochqualifizierte Mitarbeitende**.
- Gut ein Drittel bezeichnet sich als anlagenintensiv, d.h. verfügt über **wertvolle Maschinen und Wertgegenstände**.
- Ein Drittel gibt an, hauptsächlich im **Projektgeschäft** tätig zu sein.
- Über (geschütztes) **geistiges Eigentum** verfügt hingegen nur ein kleiner Teil der Unternehmen.
- Das Vorliegen eines Kundenstamms, wertvoller Maschinen und geistigen Eigentums sowie der Zugang zu Fachkräften erhöhen vermutlich die Attraktivität eines Betriebes für potenzielle Nachfolgende. →

„Bitte beschreiben Sie Ihr Unternehmen anhand einer Bewertung der folgenden Aussagen.“ N > 436.

Fachkräftemangel beeinflusst Nachfolgeplanung?

Verfügt ein Unternehmen über hochqualifizierte Mitarbeitende, liegen überdurchschnittlich häufig bereits konkrete Nachfolgepläne vor.



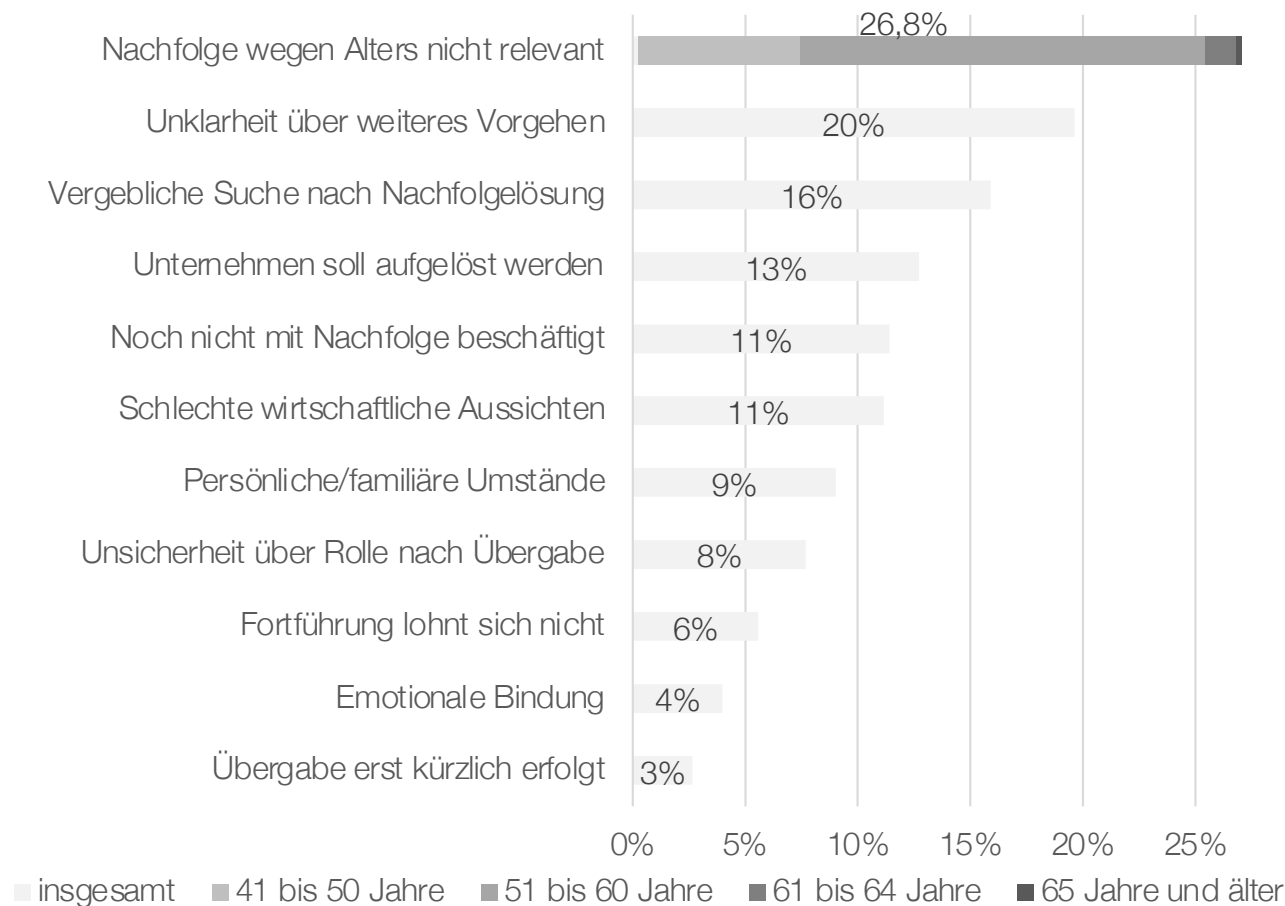
- Der Zusammenhang zwischen dem Planungsstatus und den meisten Charakteristika der Geschäftstätigkeit ist allerdings nicht signifikant.
- Je wichtiger **hochqualifizierte Mitarbeitende**, desto häufiger liegen konkrete Pläne vor und desto seltener wurde noch gar nicht geplant.
- Darüber hinaus bestehen leichte Tendenzen, dass die Nachfolgeplanung begünstigt wird, wenn Unternehmen viel Bestandskundengeschäft oder eine hohe Anlagenintensität aufweisen.

N = 482., Unterschiede signifikant mit $p < 0,05$

Warum beschäftigen sich Unternehmerinnen
und Unternehmer nicht mit der
Nachfolgefrage?

Nachfolgeplanung verzögert: Geringes Alter als Hauptgrund

Insbesondere die Altersgruppe 51 bis 60 Jahre erachtet die Nachfolgeplanung aufgrund ihres Alters als noch nicht relevant.



- Der häufigste Grund, warum noch keine Nachfolgepläne bestehen, sind **Altersgründe**. Dieses Argument wurde hauptsächlich in der Gruppe der 41- bis 60-Jährigen genannt.
- Ein weiterer häufig genannter Grund sind Unsicherheiten bzgl. des **Prozesses**.
- Zahlreiche Befragte gaben an, dass sie **vergeblich** eine Nachfolgelösung gesucht hätten.
- Einige Befragte teilten mit, dass der Betrieb mit dem Ausscheiden **aufgelöst** werden soll, dass schlechte wirtschaftliche Aussichten die Nachfolge erschwerten oder dass sich eine Fortführung des Betriebs nicht lohne.
- **Persönliche** Gründe wurden vergleichsweise selten genannt.

„Warum bestehen noch keine konkreten Nachfolgepläne?“ N = 324. Die Frage richtete sich ausschließlich an Unternehmerinnen und Unternehmer ohne konkrete Nachfolgepläne.

Beschäftigung mit der Nachfolgefrage in naher Zukunft möglich

Knapp ein Drittel der Unternehmer(innen) ohne konkrete Nachfolgepläne beabsichtigt, sich in den nächsten fünf Jahren mit der Nachfolgefrage zu beschäftigen.



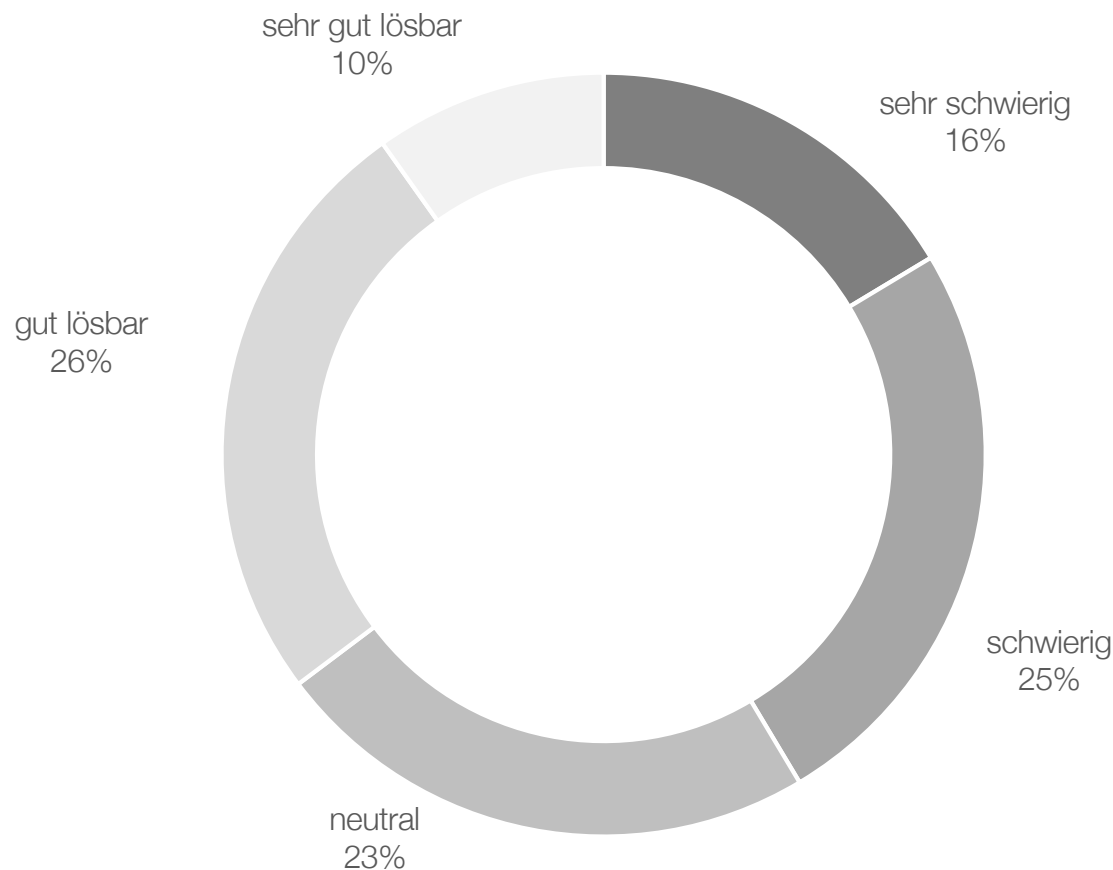
Die rund zwei Drittel Befragten, die noch keine (konkreten) Pläne haben, wurde gefragt, wann sie sich mit der Nachfolgeplanung auseinandersetzen wollen:

- Ein Großteil derer **ohne konkrete Pläne** hat vor, sich in spätestens fünf Jahren erneut mit der Nachfolgefrage zu beschäftigen; rund ein Drittel sogar innerhalb des nächsten Jahres.
- Anders sieht es bei denjenigen aus, die sich bisher **noch gar nicht** mit der Nachfolgefrage beschäftigt haben: Über die Hälfte dieser Gruppe möchte sich erst in mehr als fünf Jahren mit der Nachfolgefrage beschäftigen.

„Wann könnten Sie sich vorstellen, sich mit der Nachfolgefrage zu beschäftigen?“ N = 260. Die Frage richtete sich ausschließlich an Unternehmerinnen und Unternehmer ohne konkrete Nachfolgepläne. Unterschiede hochsignifikant mit $p < 0,01$.

Bewertung der Nachfolgefrage ohne eindeutige Tendenz

Die Anzahl der Unternehmerinnen und Unternehmer, die die Nachfolgefrage als schwierig bewerten, entspricht in etwa der Anzahl derer, die sie als gut lösbar erachten.



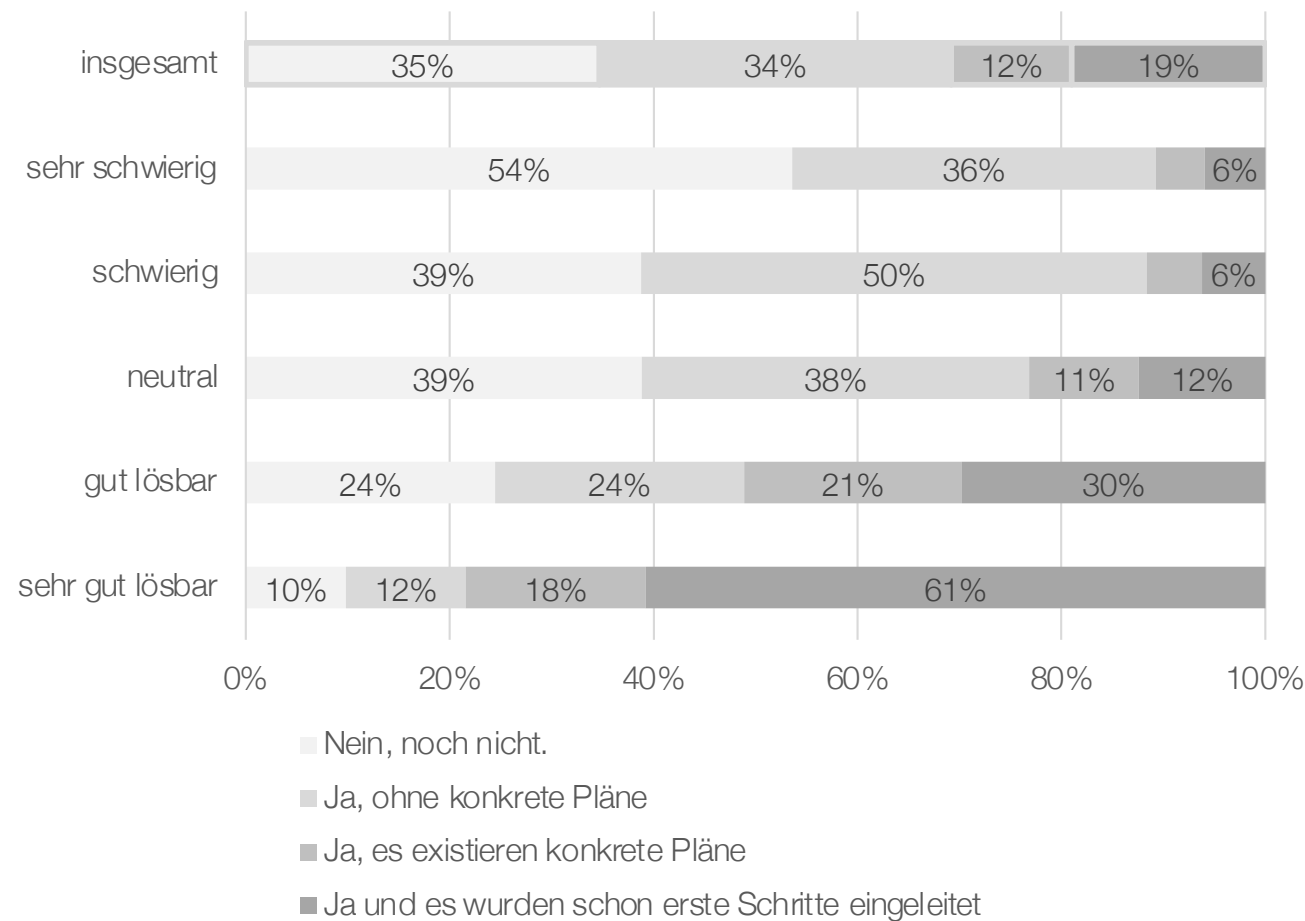
Die Unternehmerinnen und Unternehmer sind in Bezug auf die Nachfolgelösung gespalten:

- **Rund 40%** betrachten die Nachfolge als **Herausforderung**.
- Etwas mehr als **ein Drittel** sehen die Nachfolgefrage als **gut oder sehr gut lösbar** an.
- Knapp ein Viertel nimmt eine neutrale Position ein.

„Wie schätzen Sie insgesamt die Lösung der Nachfolgefrage für Ihr Unternehmen ein?“ N = 519.

Schlechte Lösbarkeit der Nachfolgefrage bremst Planung

Die Nachfolgefrage wird vor allem von denjenigen, die noch keine (konkreten) Pläne haben, als (große) Herausforderung empfunden.

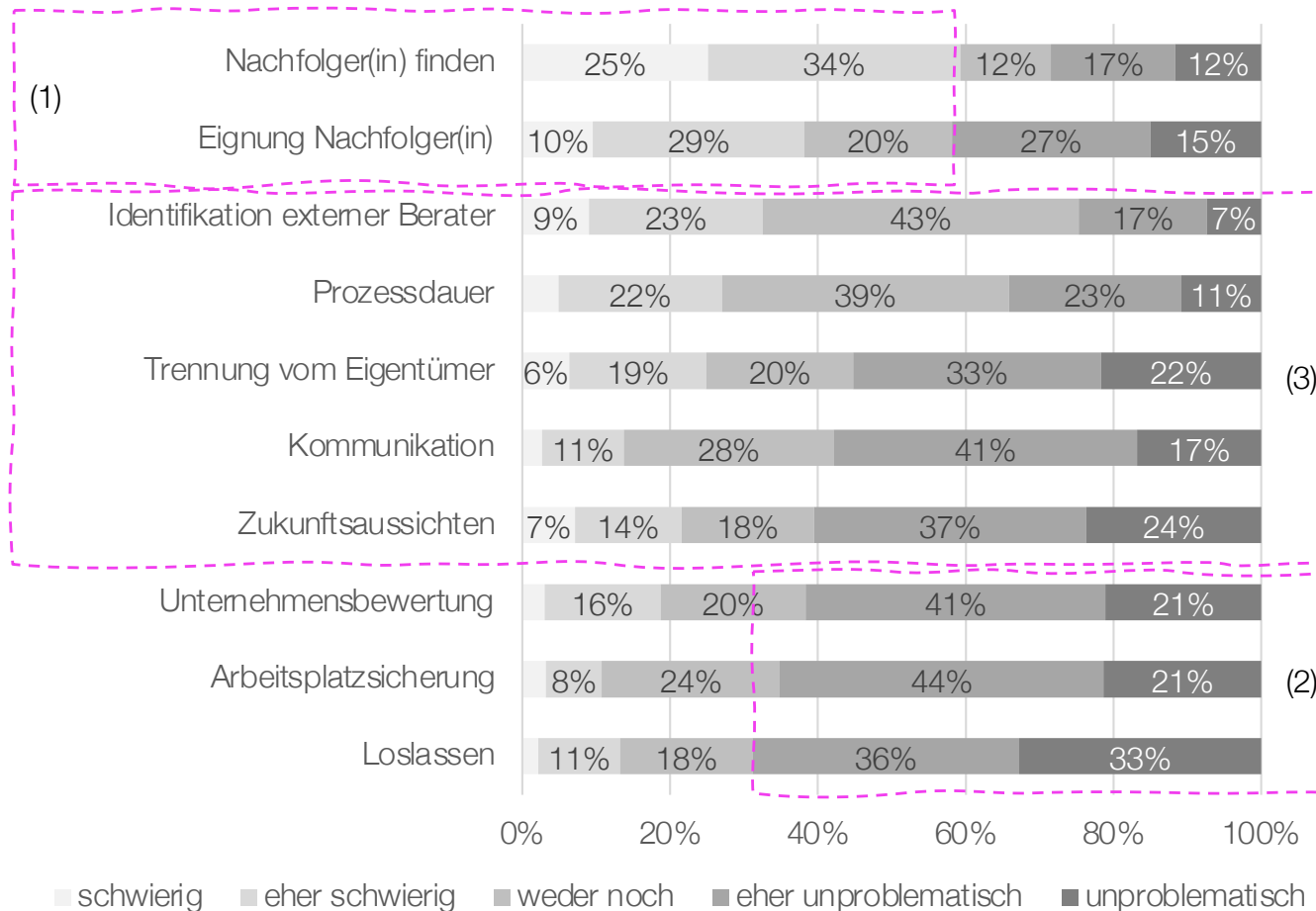


- Fast alle (90%) Unternehmerinnen und Unternehmer, die die Lösbarkeit der Unternehmensnachfolge als **schwierig** oder **sehr schwierig** bewerten, haben noch keine (konkreten) Nachfolgepläne.
- Demgegenüber haben 80% derer, die die Nachfolgefrage als **sehr gut lösbar** bewerten, bereits konkrete Nachfolgepläne.

N = 504. Unterschiede nicht signifikant zu $p = 0,05$.

Das Leid mit der Suche nach Nachfolgenden

Über die Hälfte der Befragten empfinden die Suche nach geeigneten Nachfolgeden als (eher) schwierig.

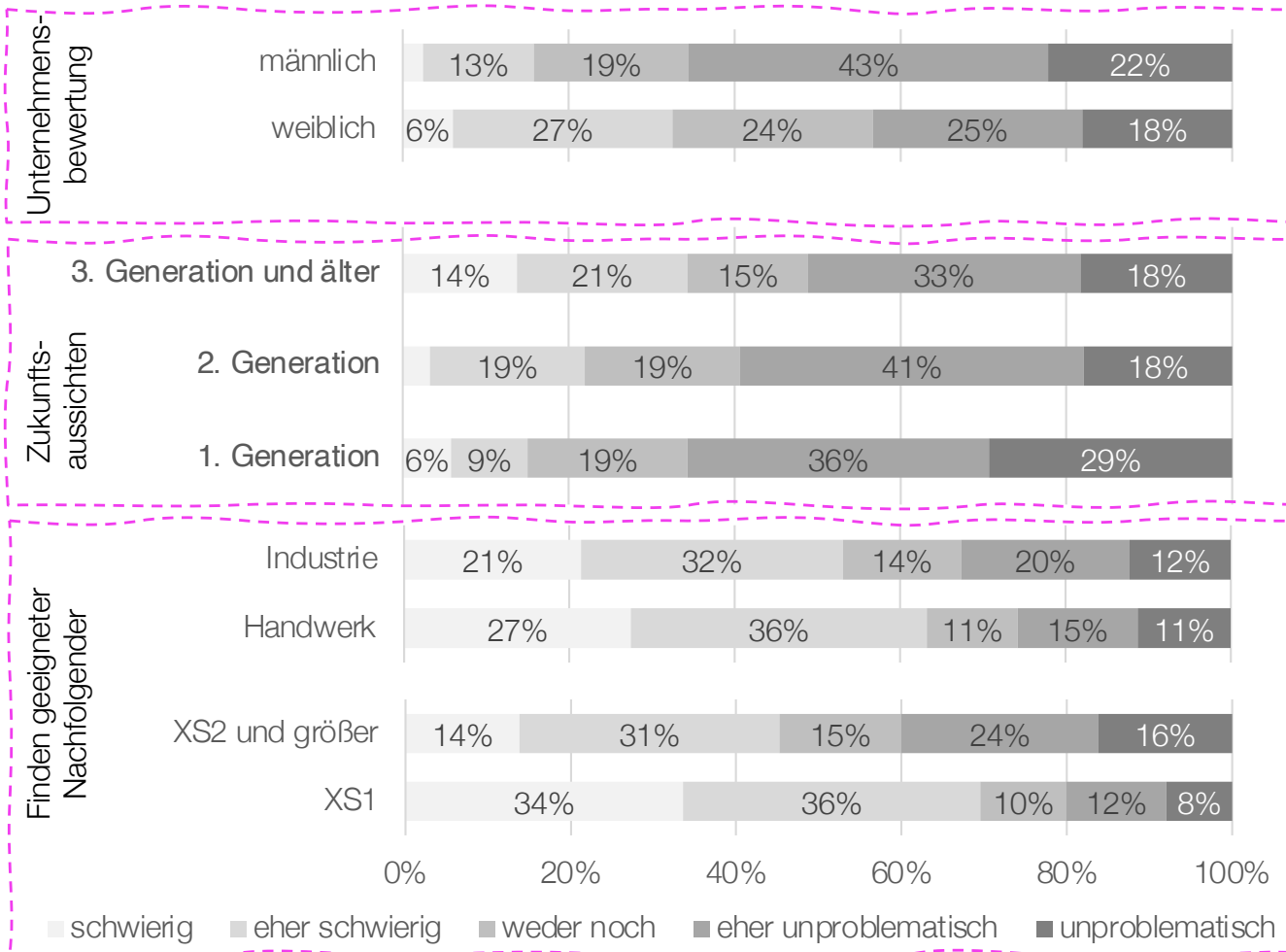


- Die **Suche nach geeigneten Nachfolgenden** ist die größte Herausforderung: Deutlich mehr die Hälfte der Befragten (59%) empfindet sie als (eher) schwierig. (1)
- Auch die Ermittlung der **Eignung der Nachfolgenden** bewertet weit mehr als ein Drittel als (eher) schwierig. (1)
- Die **Unternehmensbewertung**, die **Sicherung der Arbeitsplätze** sowie das **Loslassen** des oftmals eigenen Lebenswerks werden größtenteils (>60%) als (eher) unproblematisch empfunden. (2)
- Die Identifikation **externer Berater**, die **Prozessdauer**, die Trennung vom **Eigentümer**, die **Kommunikation** von Qualität und Wert des Unternehmens sowie dessen **Zukunftsaussichten** werden weder als schwierig noch als unproblematisch empfunden. (3)

„Wie bewerten Sie die folgenden Herausforderungen?“ N > 485.

Bewertung einzelner Herausforderungen unterschiedlich

Unternehmensbewertung, Zukunftsaussichten und das Finden geeigneter Nachfolgender werden nicht von allen Gruppen gleich schwierig bewertet.



Es bestehen (signifikant) größere Herausforderungen ...

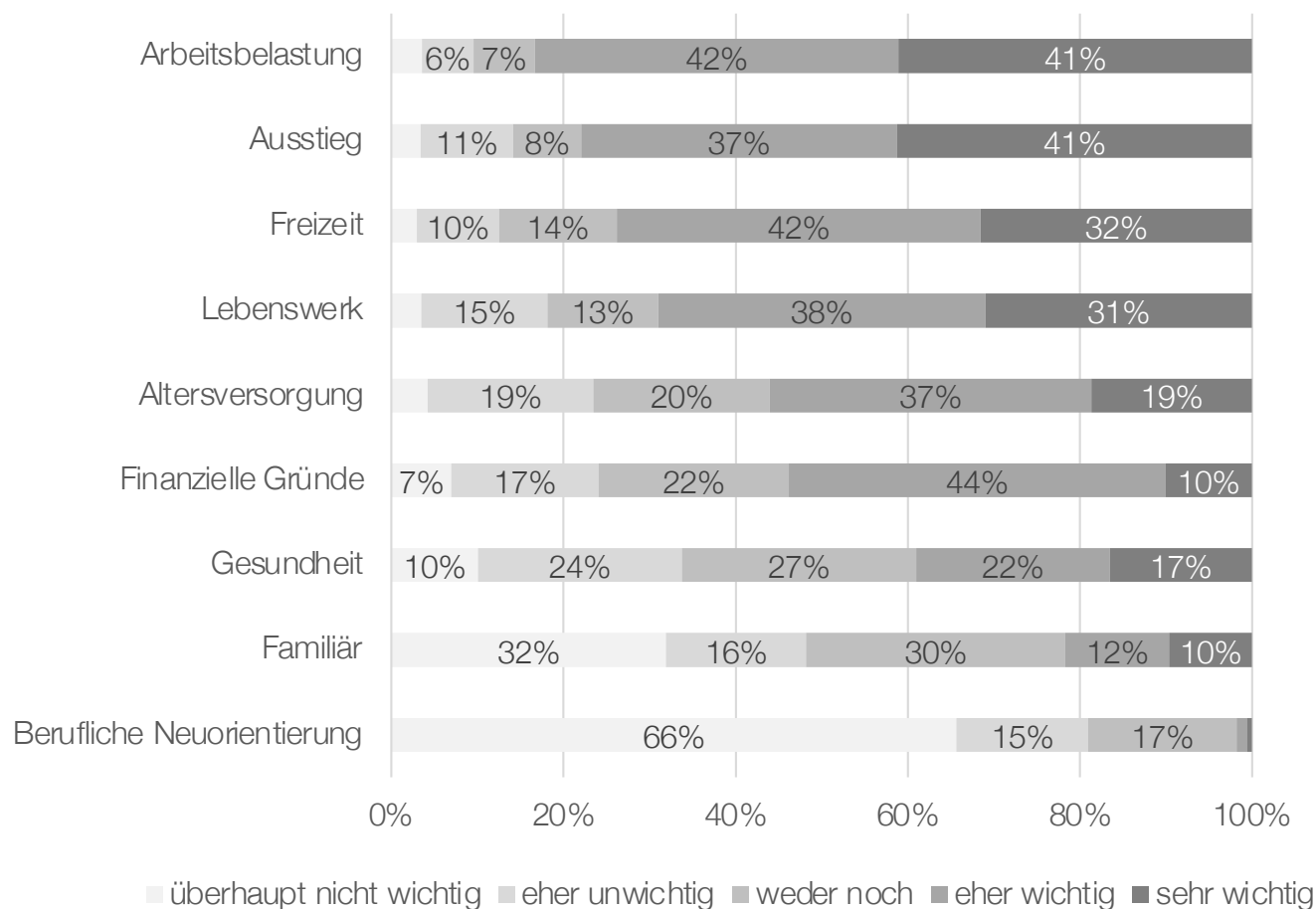
- der **Unternehmensbewertung** bei den weiblichen Befragten,
- im Hinblick auf die **Zukunftsaussichten** in Traditionsbetrieben,
- des **Findens von Nachfolgenden** in Handwerks- bzw. in den sehr kleinen Betrieben.

N > 489. Die Unterschiede sind signifikant mit $p < 0,05$.

Wieso, wann, an wen und wie soll das Unternehmen übergeben werden?

Übergabe zwecks Rückzugs aus dem Erwerbsleben

Die Mehrzahl der Übergebenden möchte „sich zur Ruhe setzen“, finanzielle Gründe spielen für die Hälfte der Befragten eine Rolle.



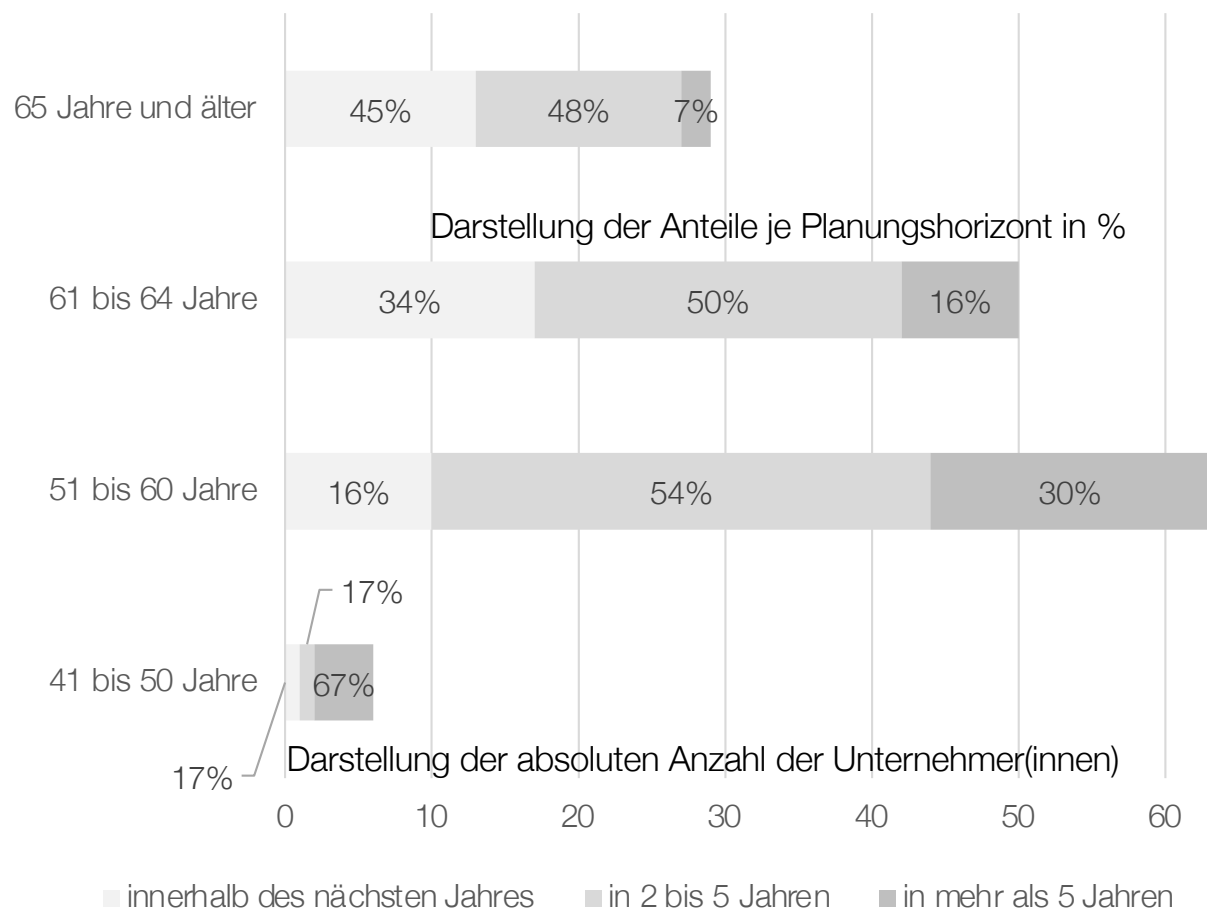
- Die meisten Übergebenden möchten ihre Arbeitsbelastung reduzieren, aus dem Erwerbsleben aussteigen oder mehr Freizeit haben.
- Gesundheitliche oder familiäre Gründe spielen hierbei eher selten eine Rolle.
- Rund 70% der Befragten ist wichtig, das eigene Lebenswerk erhalten zu wissen.
- Die Sicherung der Altersversorgung und weitere finanzielle Gründe sind für rund die Hälfte der Befragten relevant.
- Eine berufliche Neuorientierung zieht nicht mal jede oder jeder Fünfte Befragte in Betracht.

„Was sind die wesentlichen Gründe für die geplante Übergabe Ihres Unternehmens?“ N >= 157. Mehrfachnennungen waren möglich.

Die Frage richtete sich nur an Unternehmerinnen und Unternehmer mit konkreten Übergabeplänen sowie an diejenigen, die bereits erste Schritte eingeleitet haben.

Oft schnelle Umsetzung der Übergabe

Rund ein Viertel der Befragten, die konkrete Nachfolgepläne oder erste Schritte eingeleitet haben, plant die Übergabe sogar bereits innerhalb des nächsten Jahres anzustoßen.



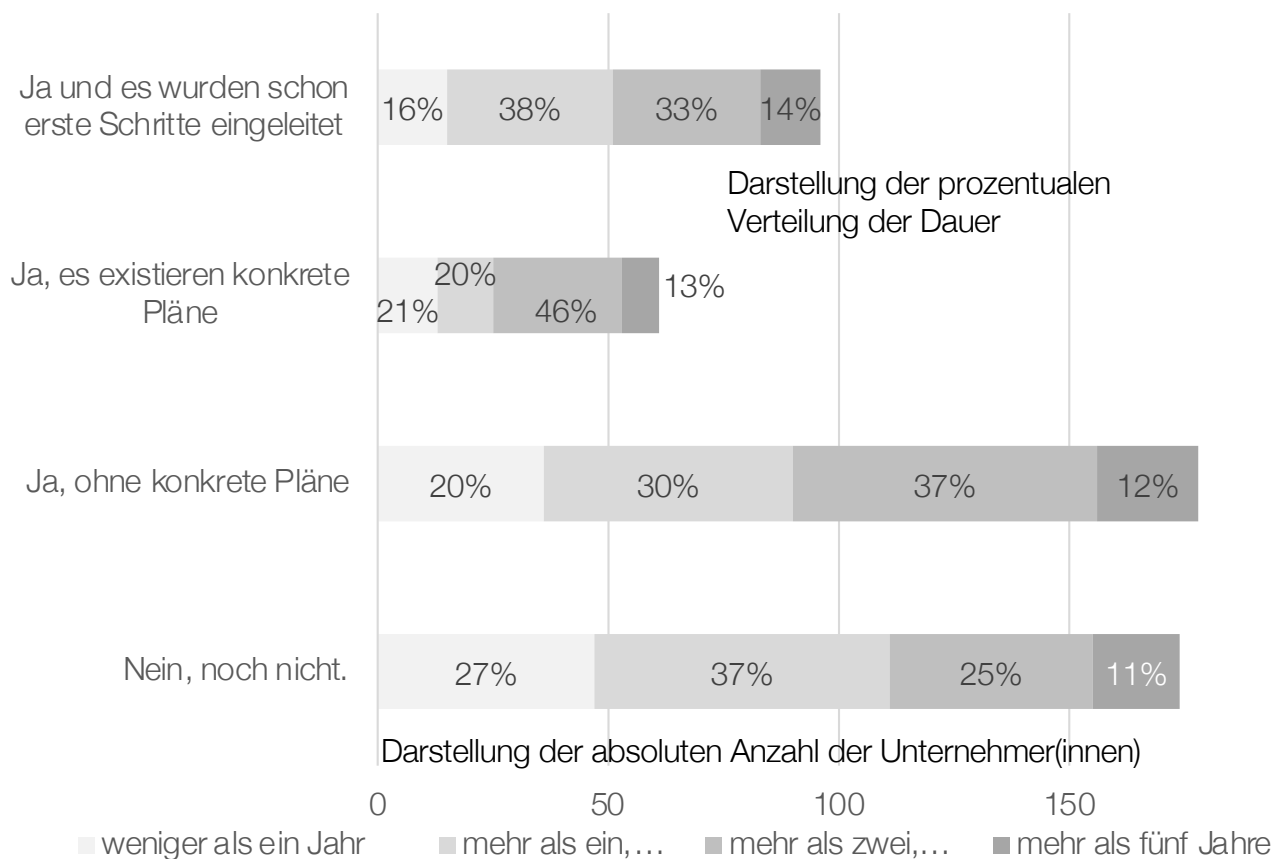
Wann die Übergabe stattfinden soll, wird vom Alter beeinflusst:

- In der Gruppe der Befragten **ab 65 Jahren** plant knapp die Hälfte die Nachfolge innerhalb des nächsten Jahres.
- In der Altersgruppe der **61- bis 64-Jährigen** hat ein gutes Drittel vor, innerhalb des nächsten Jahres mit der Übergabe zu beginnen, die Hälfte plant dies in den nächsten zwei bis fünf Jahren.
- 80% der Befragten von **51 bis 60 Jahren** wollen ihre Unternehmen frühestens in zwei Jahren übergeben, in der Altersgruppe **41 bis 50 Jahre** sind es sogar 90%.

„Wann ist die Übergabe geplant?“ N = 143. Unterschiede signifikant mit $p < 0,01$.

Dauer des Übergabeprozesses sehr heterogen bewertet

Gut ein Viertel der Unternehmer(innen) ohne jegliche Nachfolgepläne schätzt, die Übergabe innerhalb nur eines Jahres realisieren zu können.



Tendenziell wird die Dauer des Übergabeprozesses umso kürzer eingeschätzt, je weniger konkret die Nachfolgepläne sind*:

- So rechnen **gut 40%** der Befragten mit konkreten Nachfolgeplänen mit einer Dauer des Prozesses von weniger als 2 Jahren.
- Bei den Unternehmerinnen und Unternehmern, die noch keine konkreten Nachfolgepläne haben, schätzt **die Hälfte**, dass der Prozess weniger als 2 Jahre lang dauern wird.
- Unter denjenigen, die sich noch gar nicht mit der Nachfolgefrage beschäftigt haben, gehen **fast zwei Drittel** von einer Dauer von weniger als 2 Jahren aus.

„Was schätzen Sie, wie lange in Ihrem konkreten Falle der Übergabeprozess mindestens dauert/dauern wird?“ N = 509. *Keine signifikanten Unterschiede in der Übergabedauer in Bezug auf den Planungsstatus.

Familie und Mitarbeitende bevorzugt „im Lead“

Der Verbleib von Eigentum und Leitung in der Familie und die Übernahme des Unternehmens durch Mitarbeitende sind die beliebtesten Formen der Nachfolge.

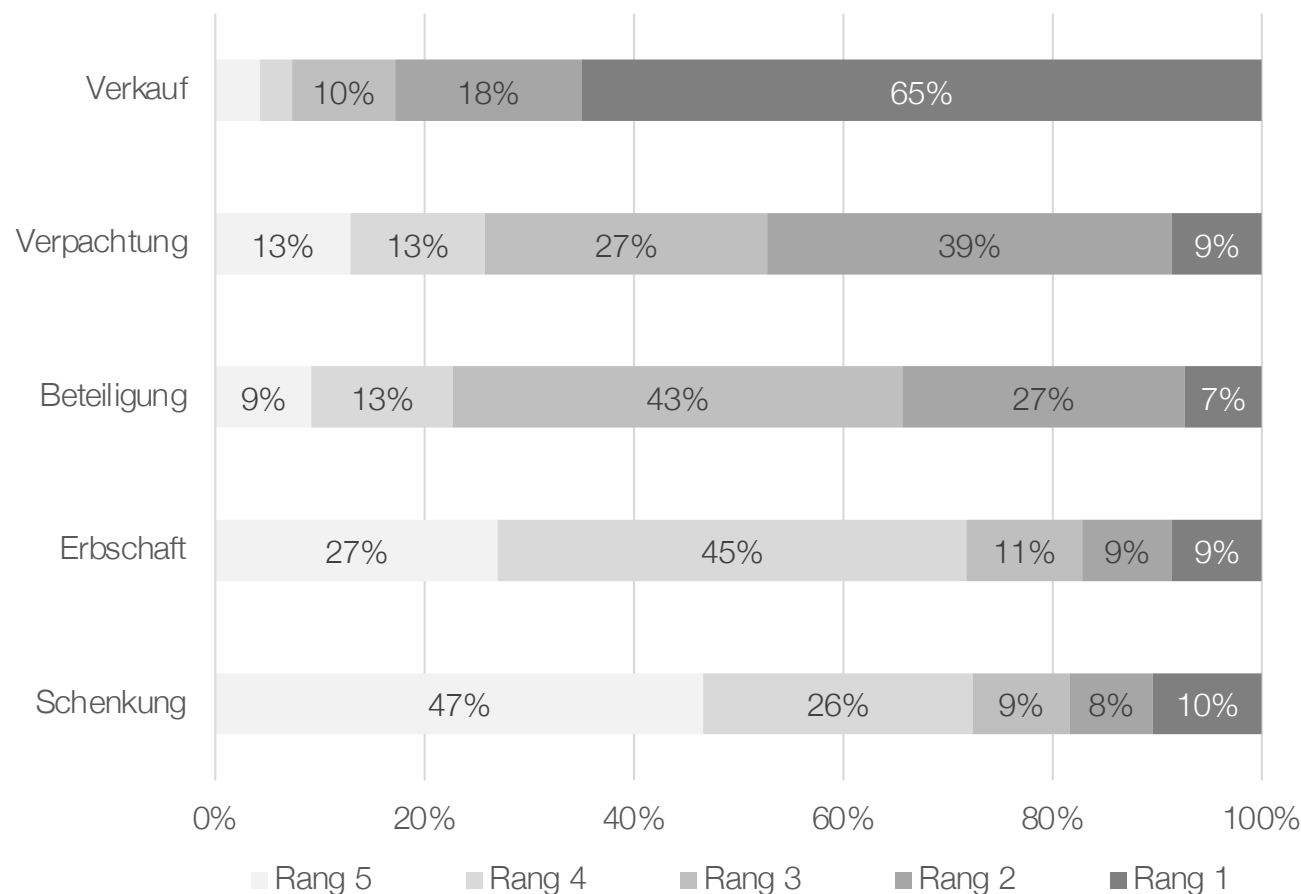


- **Eigentum und Leitung innerhalb der Familie** zu halten, wird als die attraktivste Nachfolgeform gesehen – insbesondere in Unternehmen mit einer langen Tradition oder konkreten Nachfolgeplänen*.
- Auch die Übernahme durch Mitarbeitende (**Management Buy-Out**) stellt eine beliebte Form der Nachfolge dar.
- Den Verkauf an Externe (**Management Buy-In**) oder Zulieferer, Kunden bzw. Wettbewerber (**Captive Company**) erachtet je nur rund ein Drittel der Befragten als attraktiv.
- Das **Eigentum innerhalb der Familie** zu behalten, die **Leitung** des Unternehmens jedoch an Externe abzugeben, ist weniger beliebt.
- Eine **Zerschlagung/Stillegung** wird als unattraktivste Lösung angesehen. Dies gilt insbesondere für die Befragten, die bereits konkrete Nachfolgepläne aufweisen/erste Schritte eingeleitet haben. **

„Als wie attraktiv erachten Sie die folgenden Formen der Nachfolge?“ N > 480, * Generationenunterschied neu gegründet vs. in min. 2. Generation fortgeführt) signifikant auf dem Niveau p < 0,05, Unterschied im Planungsstatus signifikant auf dem Niveau p < 0,01; ** Unterschied im Planungsstatus (gar keine Pläne vs. konkrete Pläne) signifikant auf dem Niveau p < 0,01.

Verkauf als beliebteste Form eines möglichen Eigentumsübergangs

Unter denjenigen, die noch keine konkreten Nachfolgepläne haben, ist der Verkauf die bevorzugte Form, das Unternehmen zu übergeben, gefolgt von Schenkung und Erbschaft.

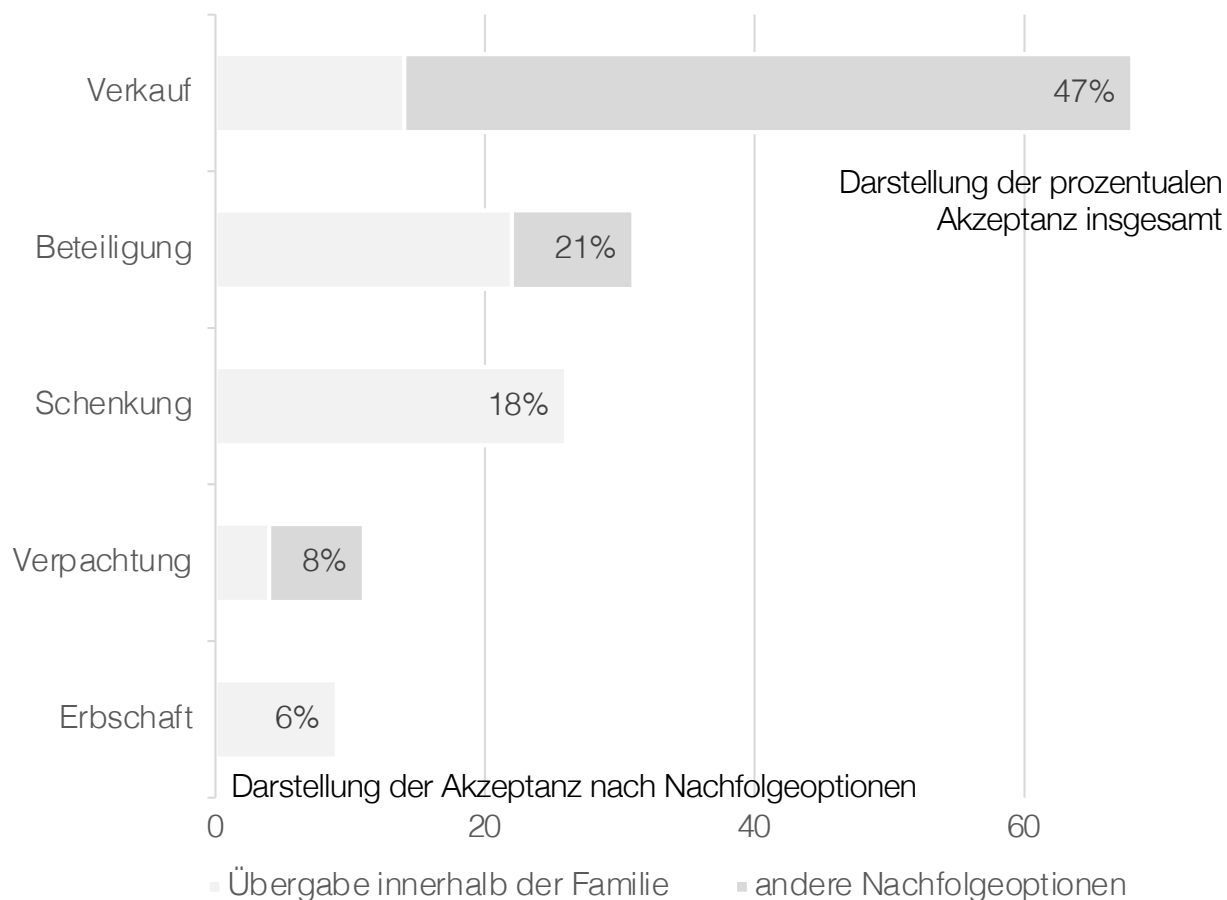


- Der **Verkauf** ist die bevorzugte Form des Eigentumsübergangs – zwei Drittel der Befragten vergaben hier Rang 1.
- Die übrigen vier Formen des Eigentumsübergangs sind mit 7-10% jeweils deutlich seltener als beste Option gewählt worden.
- Gemessen am vergebenen Durchschnittsrang stellen **Verpachtung** und **Beteiligung** die nächstbesten Optionen dar.
- Demgegenüber weisen **Erbschaft** und **Schenkung** nur eine sehr geringe Attraktivität auf.

„Sollten Sie Ihr Unternehmen irgendwann übergeben, welche Form des Eigentumsübergangs würden Sie bevorzugen? Bitte sortieren Sie nach Präferenz.“ N = 163.
Berücksichtigung ausschließlich der Unternehmerinnen und Unternehmer ohne konkrete Nachfolgepläne sowie derer, die alle fünf Formen bewertet haben.

Verkauf als häufigster geplanter Eigentumsübergang

Der Verkauf ist die häufigste Form des Eigentumsübergangs konkret geplanter Nachfolgen. Typische familieninterne Transaktionen wie Erbschaft oder Schenkung treten deutlich seltener auf.

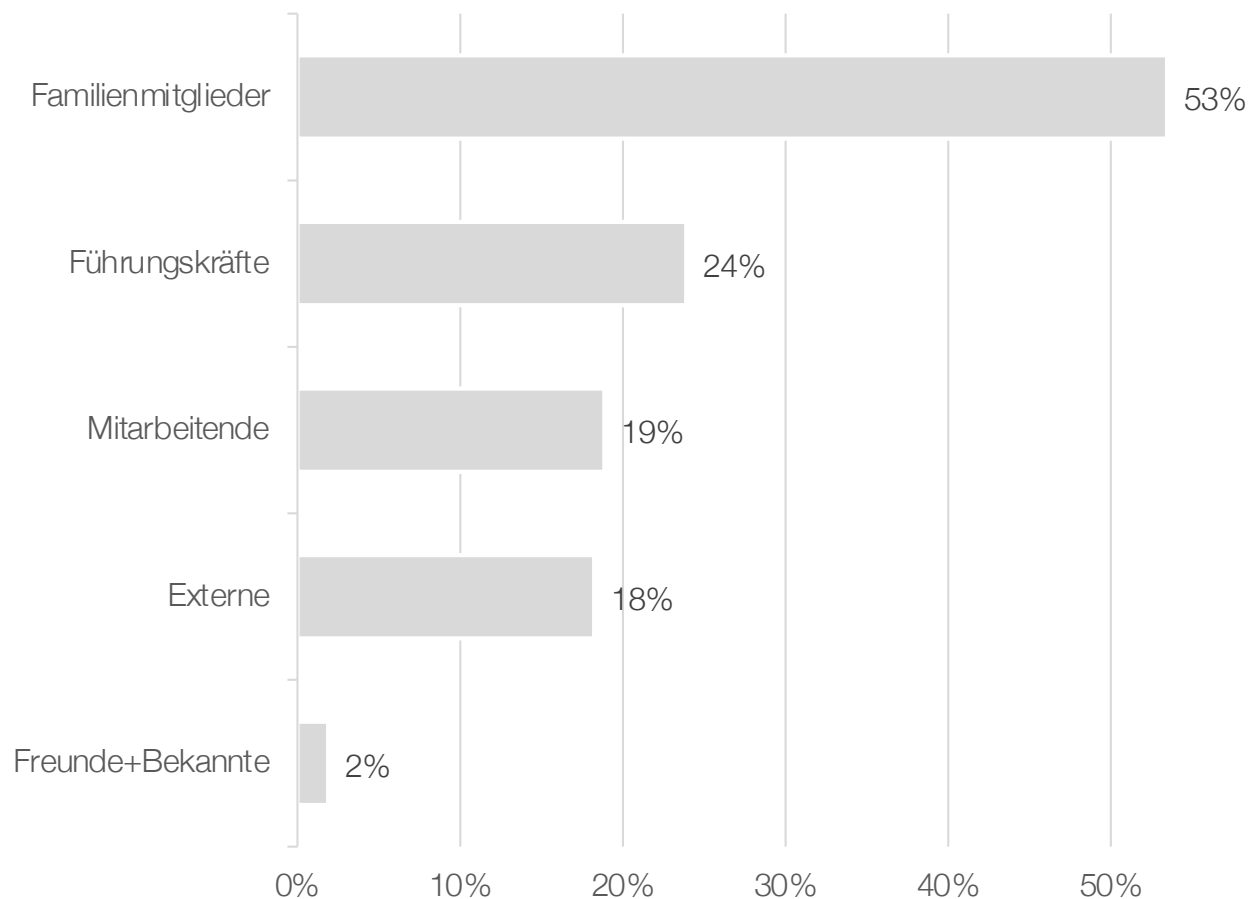


- Ein **Verkauf** ist die bevorzugte Option für die Eigentumsübertragung und wird von fast der Hälfte der Befragten favorisiert – vergleichbar zu der starken Präferenz dieser Option unter den Befragten ohne konkrete Nachfolgepläne.
- **Schenkungen** und **Erbschaften** spielen eine deutlich kleinere Rolle und finden ausschließlich bei den Übergaben innerhalb der Familie statt.*
- Eine **Beteiligung** wird von rund einem Fünftel der Befragten geplant, während eine **Verpachtung** vergleichsweise selten genannt wurde.

„Wie wird/soll der Eigentumsübergang erfolgen?“ N = 145, * signifikant mit $p < 0,05$.
Darüber hinaus gibt es keine signifikanten Unterschiede in den Präferenzen basierend auf Alter, Geschlecht oder anderen demografischen Faktoren.

Übergabe meist an Familie oder Mitarbeitende

Die Übergabe erfolgt bevorzugt an aktuelle Mitarbeitende (inkl. Führungskräfte) oder an Familienmitglieder.

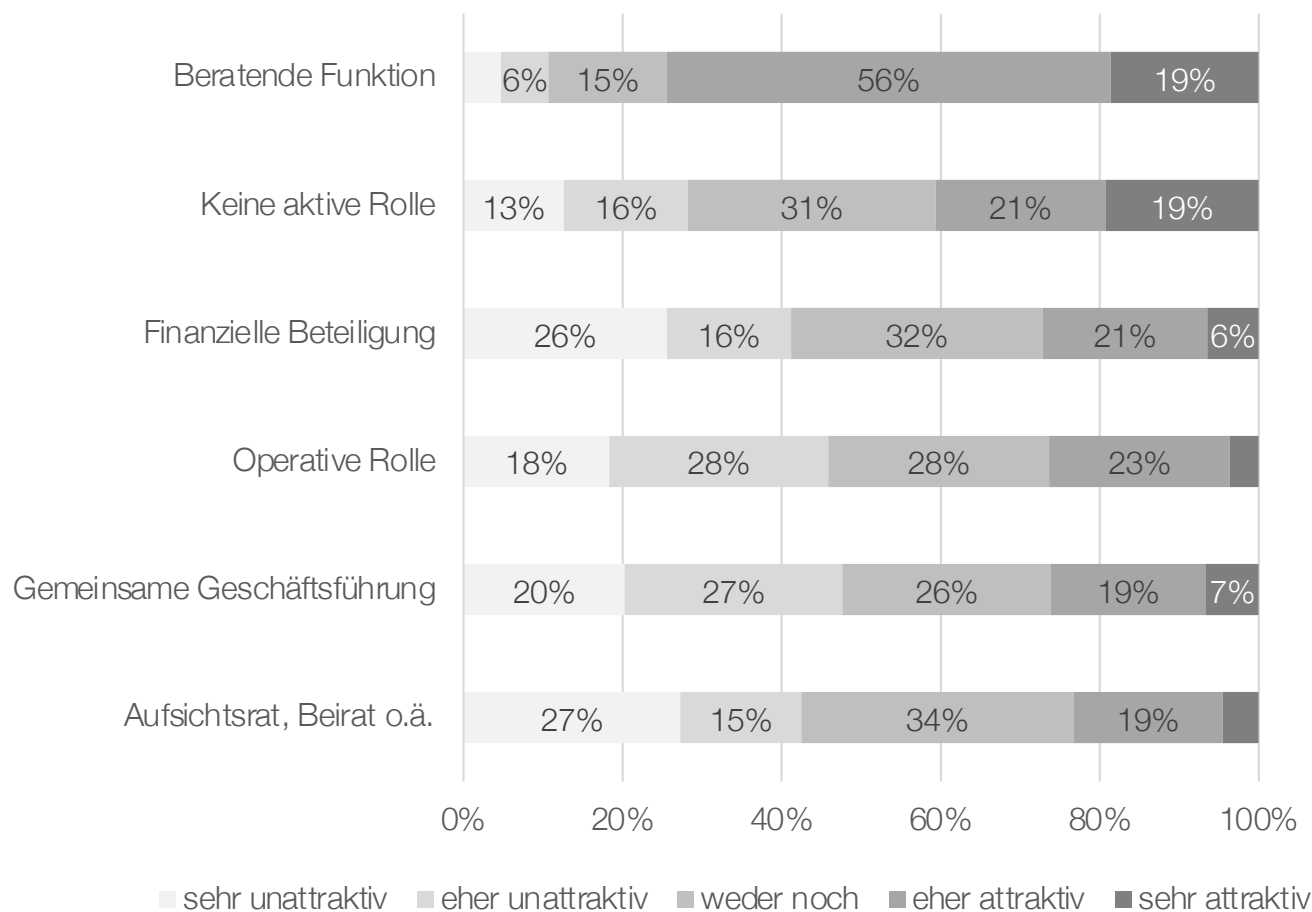


- **Familienmitglieder** sind mit Abstand die bevorzugten Nachfolgenden.
- **Führungskräfte** und **Mitarbeitende** sind ebenfalls relevant, wurden jedoch deutlich seltener genannt als die Familie.
- **Externe Nachfolgende** werden vergleichbar selten in Betracht gezogen. Die Kontakte zu den Nachfolgenden entstanden hier insbesondere im Rahmen der Geschäftstätigkeit, seltener auch über die Kammern oder Onlineplattformen.
- **Freunde und Bekannte** spielen kaum eine Rolle als Nachfolgende.

„Inwieweit sind die zukünftigen Nachfolgenden bereits in Ihr Unternehmen eingebunden? Es handelt sich um eine(n) oder mehrere...“ Hier werden ausschließlich Unternehmer(innen) mit konkreten Nachfolgeplänen betrachtet, Mehrfachnennungen waren möglich. N = 159. Keine signifikanten Unterschiede in den Präferenzen nach Alter, Geschlecht oder anderen demografischen Merkmalen bei $p < 0.05$.

Optionen nach der Übergabe: nicht „ganz raus“

Die Mehrzahl der Übergebenden möchte weiterhin „am Unternehmen dran bleiben“ und zumindest beratend tätig sein. Ein Viertel kann allerdings auch gar nicht „loslassen“.

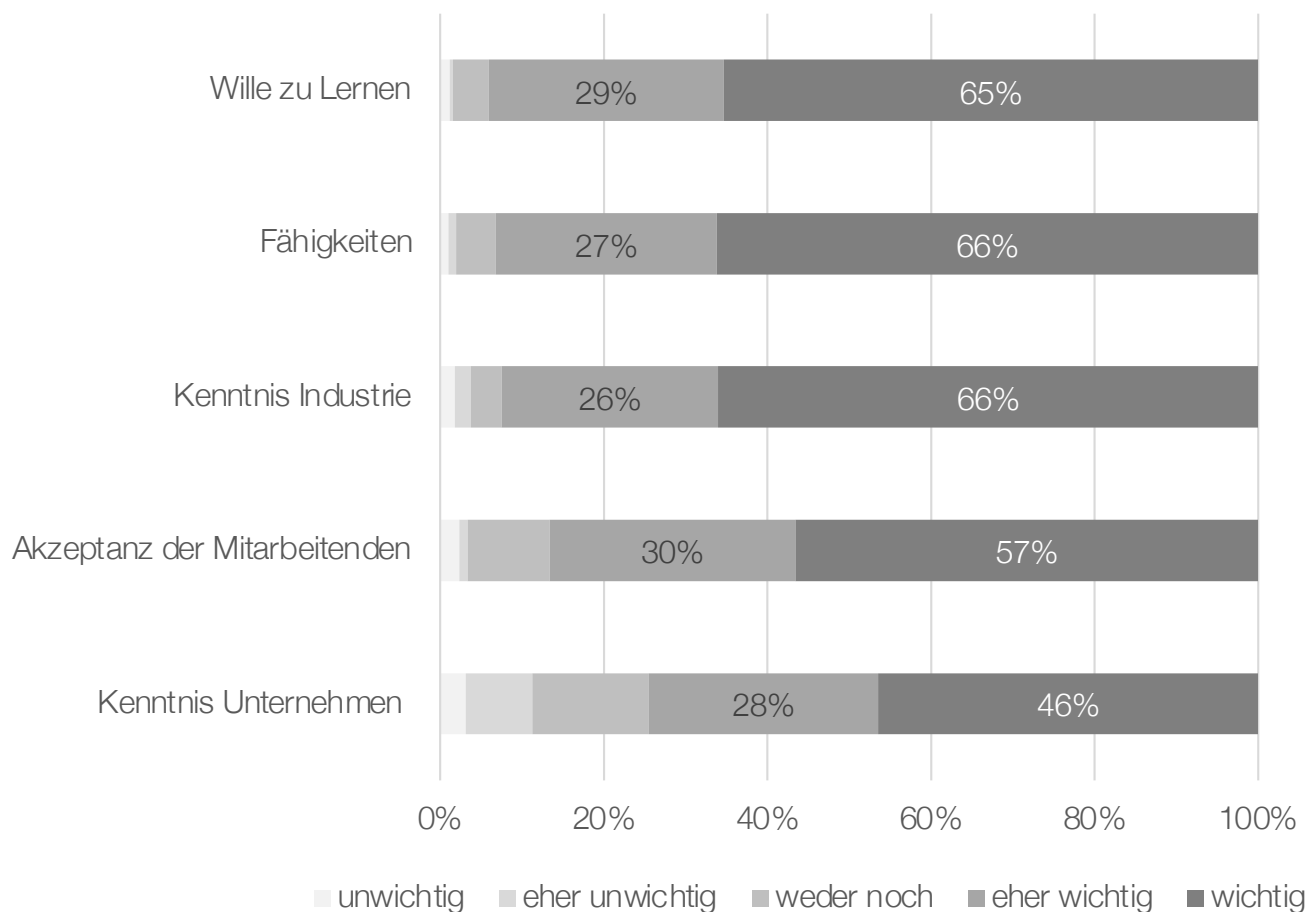


- Die meisten Übergebenden möchten weiterhin **beratend tätig** bleiben.
- 40% der Befragten möchten **keine Rolle mehr** im Unternehmen einnehmen.
- Eine **finanzielle Beteiligung** zieht ein **gutes Viertel der Befragten** in Betracht, insbesondere für ältere Übergebende ist diese Option attraktiv, für jüngere weniger.
- Weiterhin **operativ tätig** zu sein oder **gemeinsam die Geschäftsführung** zu übernehmen, kommt ebenfalls für **rund ein Viertel** in Frage, diese Alternativen sind vor allem für diejenigen interessant, die bereits erste Schritte eingeleitet haben, oder für Industrie- und Handelsbetriebe.
- **Eine Aufsichtsratsrolle** findet weniger Zuspruch, vor allem nicht im Handwerk.

„Bezüglich Ihrer Rolle im Unternehmen nach einer Übergabe: Welche der folgenden Optionen kommen für Sie in Betracht?“ N >= 480. Von den genannten Unterschieden abgesehen gibt es keine signifikanten Unterschiede in den Präferenzen basierend auf demografischen Merkmalen wie Alter oder Geschlecht. Die erwähnten Unterschiede sind signifikant mit $p < 0,05$.

Anforderungen: Fähigkeiten/Fertigkeiten und/oder Lernbereitschaft

Den Übergebenden ist es am wichtigsten, dass die Nachfolgenden gute Branchenkenntnisse aufweisen und bereit sind, fehlende Kenntnisse zeitnah zu erwerben.

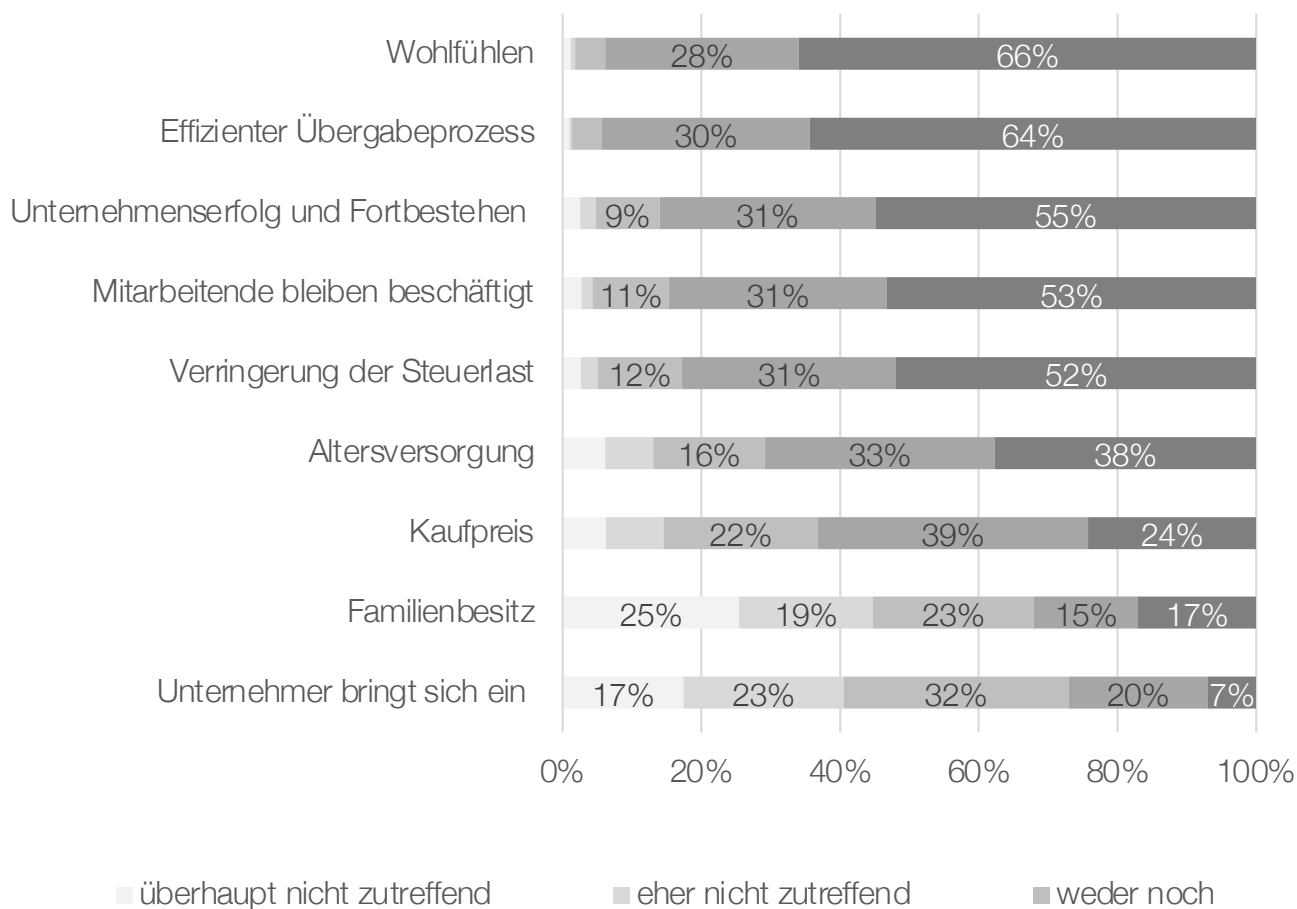


- **Fähigkeiten** und **Fertigkeiten** zu besitzen und/oder über die **Bereitschaft** zu verfügen, fehlende Kenntnisse schnell zu erwerben, sowie **Erfahrungen in der betreffenden Industrie/dem betreffenden Handwerk** sind den Übergebenden am wichtigsten.
- Die **Akzeptanz durch die Mitarbeitenden** wird ebenfalls als sehr bedeutsam angesehen. Dies spielt eine größere Rolle im Handwerk und bei Unternehmen mit bereits konkreten Plänen.
- **Kenntnis der Branche** sind entscheidend, besonders im Handwerk.
- Für Unternehmen mit **konkreten Nachfolgeplänen** ist es besonders wichtig, dass die Nachfolgenden das Unternehmen gut kennen – insgesamt wurde diesem Aspekt jedoch die geringste Bedeutung beigemessen.

„Welche Anforderungen haben Sie an die Nachfolgenden? Die Nachfolgenden sollten...“
N > 500. Die genannten Unterschiede sind signifikant mit $p < 0,01$, bei Industriekenntnis nach Planungsstaus $p < 0,05$.

Übergabeerfolg – es zählt mehr als nur das Geld

Neben der Sicherung des Unternehmenserfolgs ist fast allen Befragten wichtig, dass sich die Nachfolgenden in ihrer neuen Rolle wohlfühlen und dass der Prozess effizient abläuft.



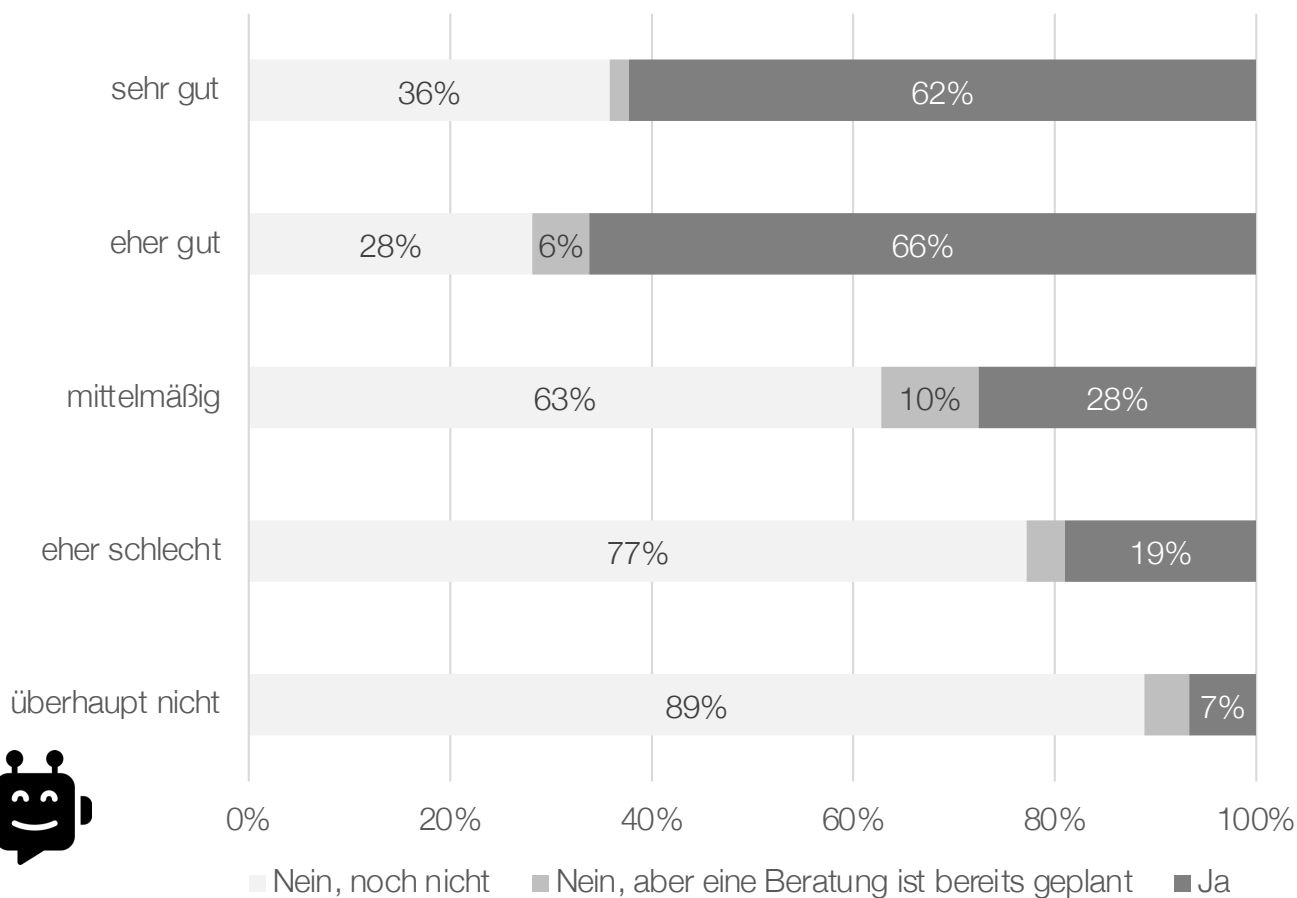
- Ein **Wohlfühlen** der Nachfolgenden und ein **effizienter Übergabeprozess** sind die wichtigsten Faktoren für den Übergabeerfolg.
- Der **Fortbestand des Unternehmens** und die **Weiterbeschäftigung der Mitarbeitenden** sind ebenfalls von hoher Bedeutung.
- **Finanzielle Aspekte** wie eine **Verringerung der Steuerlast** und der **Kaufpreis** sind weniger wichtig als der menschliche Faktor.
- Der Verbleib im **Familienbesitz** und die Möglichkeit, dass **Unternehmerinnen und Unternehmer sich weiterhin einbringen können** sind am wenigsten relevant.

„Was macht eine erfolgreiche Übergabe aus? Mir ist wichtig, dass...“ N > 494. Es bestehen keine signifikanten Unterschiede in den Präferenzen nach Geschlecht, Unternehmensgröße oder Vorgeschichte.

Informations- und Beratungsbedarf -
Welche Maßnahmen können eine frühzeitige
Nachfolgeplanung zu unterstützen?

Beratung und Informationsstand hängen stark zusammen

Wer sich beraten lässt, fühlt sich gut informiert – und umgekehrt!

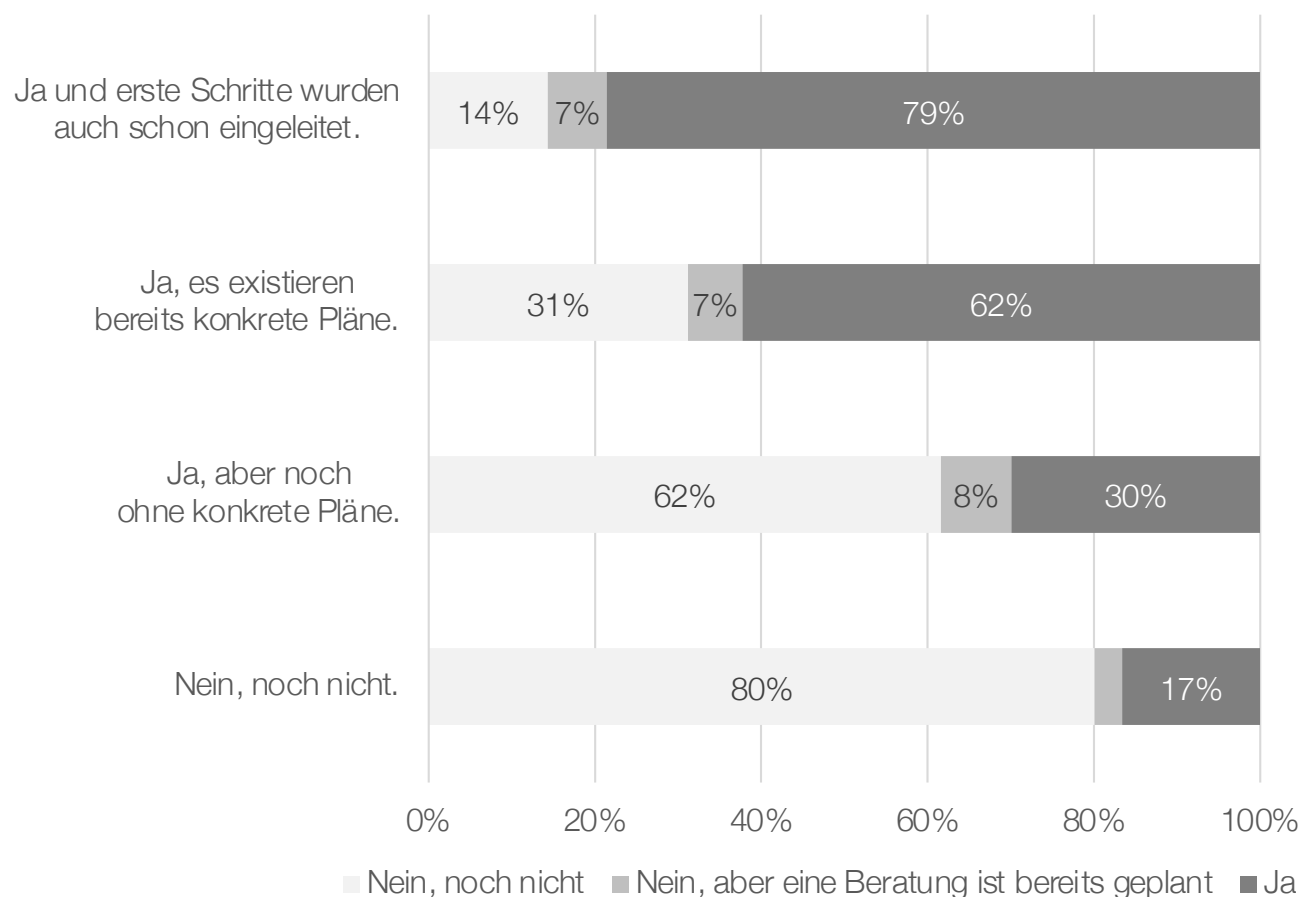


- Gut **zwei Drittel** der Befragten, die sich (sehr) **gut informiert** fühlen, haben bereits eine Beratung in Anspruch genommen.
- Bei denjenigen, die sich **mittelmäßig informiert** fühlen, hat sich nur knapp ein Viertel bereits beraten lassen.
- Wer sich **schlecht oder gar nicht informiert** fühlt, hat in der Regel noch keine Beratung in Anspruch genommen.
- Insgesamt zeigt sich, wer eine Beratung in Anspruch genommen hat, **fühlt sich besser informiert**: Unter denjenigen, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, fühlen sich knapp **zwei Drittel gut bis sehr gut informiert**, unter denjenigen, die weder eine Beratung geplant noch eine in Anspruch genommen haben, sind es nur rund **ein Fünftel**.

„Wie gut fühlen Sie sich zum Thema Nachfolge/Übergabe informiert?“ und „Haben Sie sich bereits zum Thema Nachfolge/Übergabe beraten lassen?“
N = 515. Die genannten Unterschiede sind hochsignifikant mit $p < 0,01$.

Beratung fördert Nachfolgeplanung

Der Status der Nachfolgeplanung ist eng mit der Nutzung von Beratungsangeboten verknüpft.

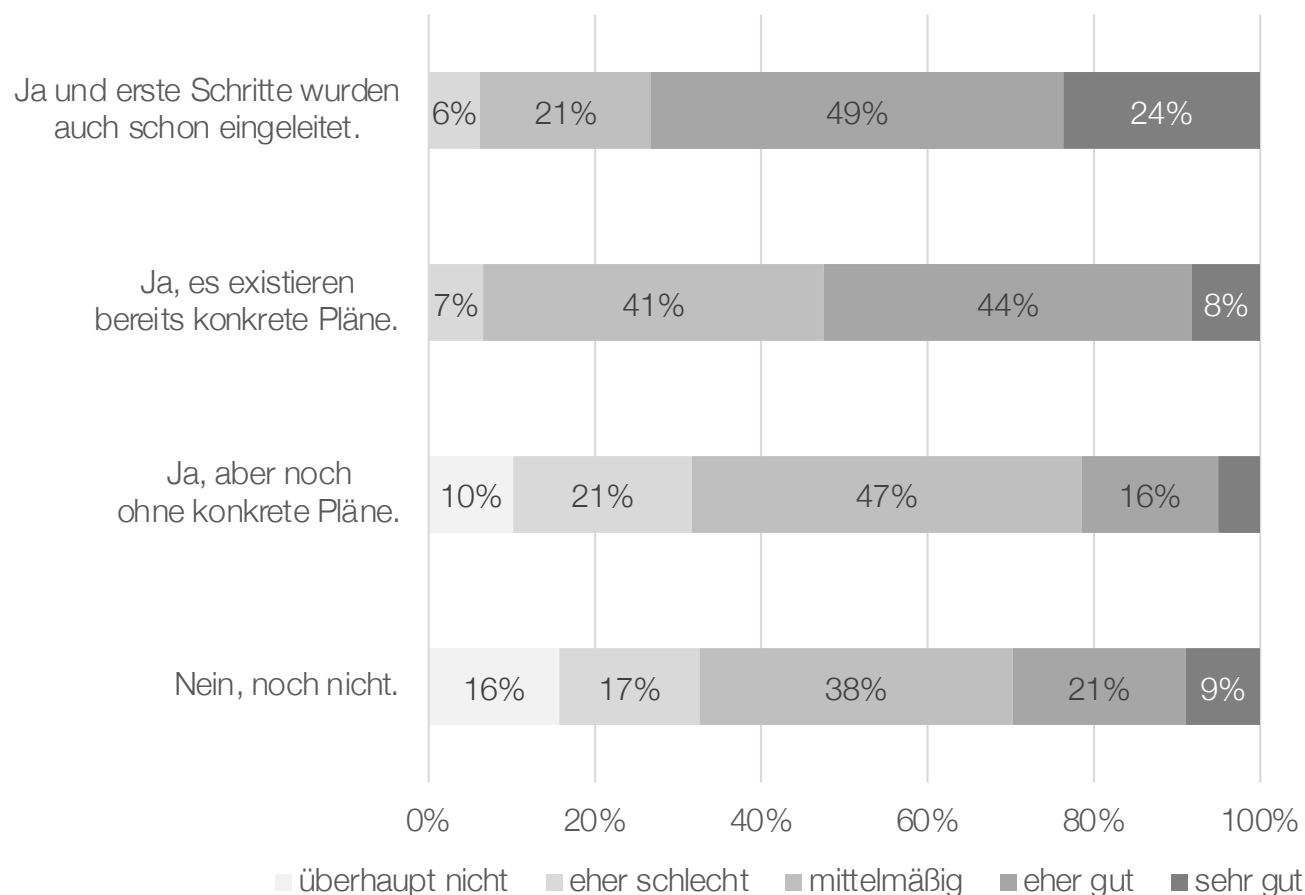


- **Je besser der Planungsstatus**, desto häufiger haben sich die Befragten bereits beraten lassen.
- Von denjenigen, die bereits **erste Schritte** der Übergabe eingeleitet haben, hat ein sehr großer Teil (79%) bereits eine Beratung in Anspruch genommen.
- Bei denjenigen, die **noch keine konkreten Pläne** haben, ist der Anteil derer, die sich beraten ließen, deutlich geringer.
- Unternehmerinnen und Unternehmer ohne Nachfolgepläne haben sich größtenteils (80%) **noch nicht** beraten lassen.

N = 517. Die genannten Unterschiede sind hochsignifikant mit $p < 0,01$.

Informationsstand und Planungsstatus stark korreliert

Je besser informiert, desto weiter fortgeschritten ist die Planung – oder: keine Nachfolgeplanung ohne guten Informationsstand.



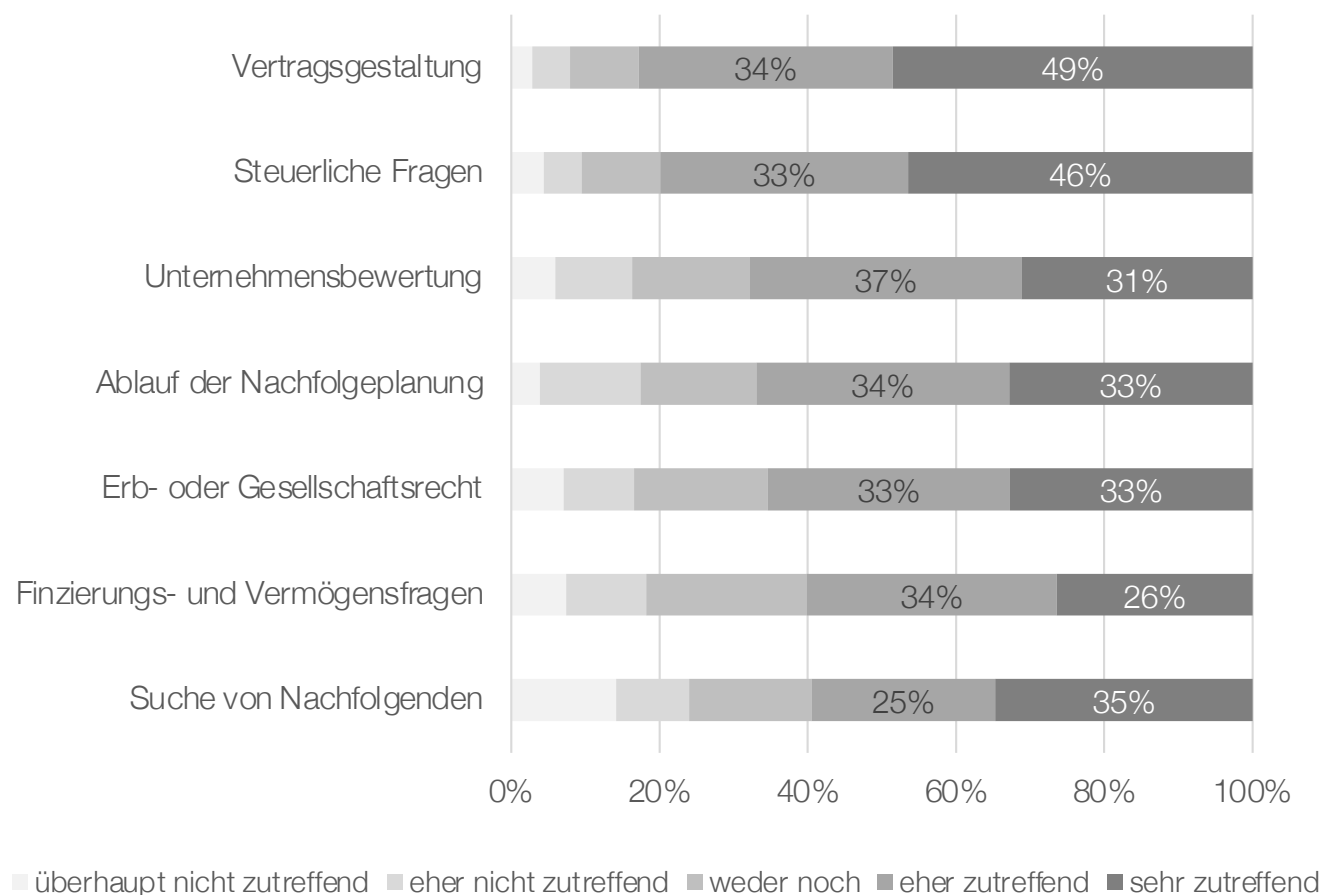
Informiertheit und Planungsfortschritt hängen deutlich erkennbar zusammen: Je **besser das Informationsniveau**, desto **weiter fortgeschritten ist die Nachfolgeplanung** und umgekehrt.

- Unternehmen mit **konkreten Nachfolgeplänen** fühlen sich deutlich **besser informiert**.
- Wer bereits erste Schritte eingeleitet hat, schätzt sein Wissen über das Thema Nachfolge meist als gut bis sehr gut ein.
- Wer sich (sehr) schlecht informiert fühlt, hat auch so gut wie nie konkrete Nachfolgepläne.
- Auf der anderen Seite hat über die Hälfte derer, die sich (sehr) gut informiert fühlt, konkrete Nachfolgepläne.

N = 513. Die genannten Unterschiede sind hochsignifikant mit $p < 0,01$. Die Kausalität kann hier allerdings nicht abgeleitet werden.

Beratungsbedarf betrifft oft Formalia

Insbesondere im Hinblick auf die Gestaltung der Verträge und steuerliche Fragen besteht der größte Beratungsbedarf.

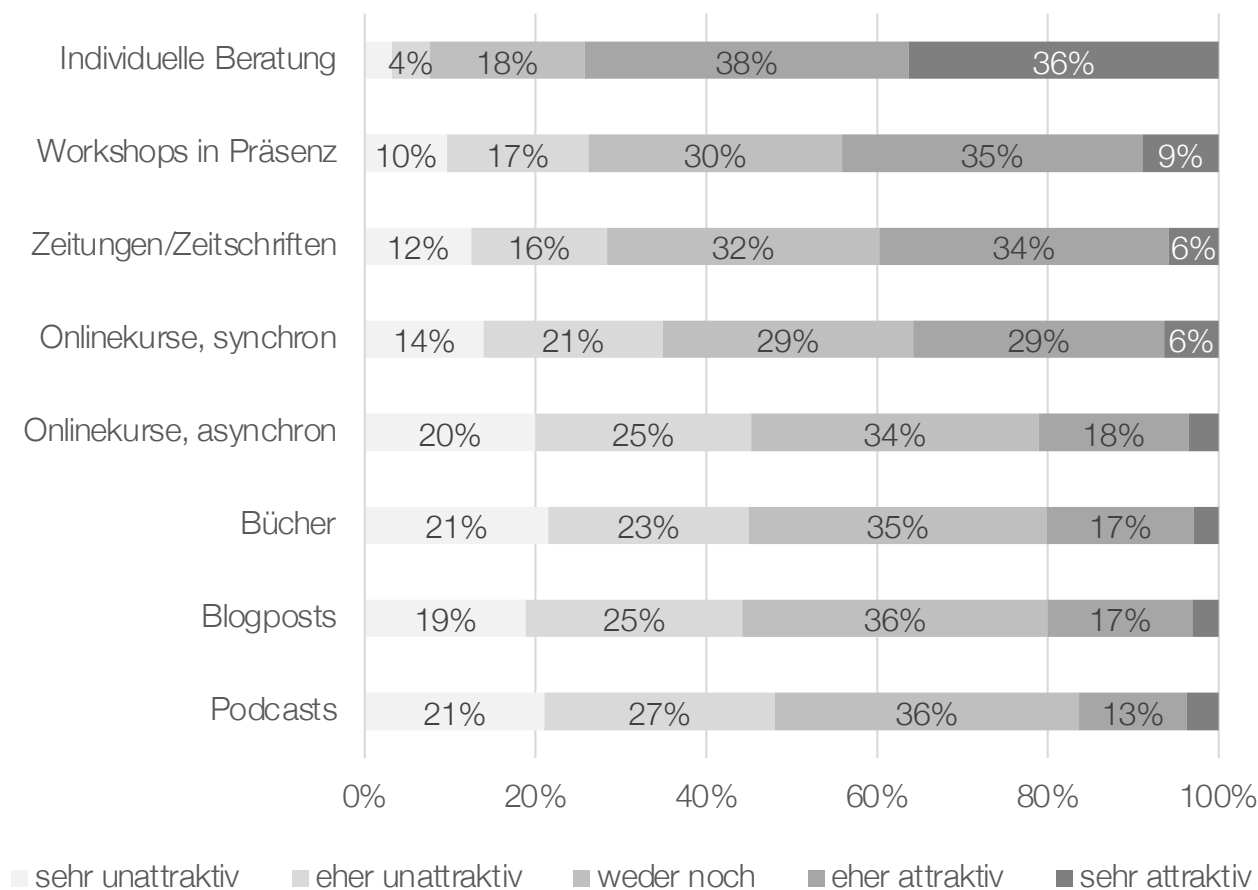


- **Vertragsgestaltung** und **steuerliche Fragen** sind die Themen, bei denen am meisten Unklarheit herrscht: Über 80% der Befragten sehen hier Beratungsbedarf.
- Die **Unternehmensbewertung**, den **Ablauf der Nachfolgeplanung** sowie **erb- und gesellschaftsrechtliche** Themen nennen über zwei Drittel der Befragten.
- Selbst bei den Themen mit dem geringsten Beratungsbedarf – **Finanzierungs- und Vermögensfragen** sowie **der Suche nach geeigneten Nachfolgenden** – sind immerhin noch 60% der Befragten der Meinung, dass sie mehr Beratung bräuchten.

„Bei welchen Themen haben Sie besonderen Beratungsbedarf?“
N = 482. Es gibt keine signifikanten Unterschiede im Beratungsbedarf nach Altersgruppe oder Unternehmensgröße.

Individuelle Beratung mit Abstand am beliebtesten

Die deutliche Mehrheit der Befragten wünscht eine individuelle Beratung. Präsenz- oder Onlineworkshops und Zeitungs-/Zeitschriftenbeiträge scheinen auch nicht unattraktiv.

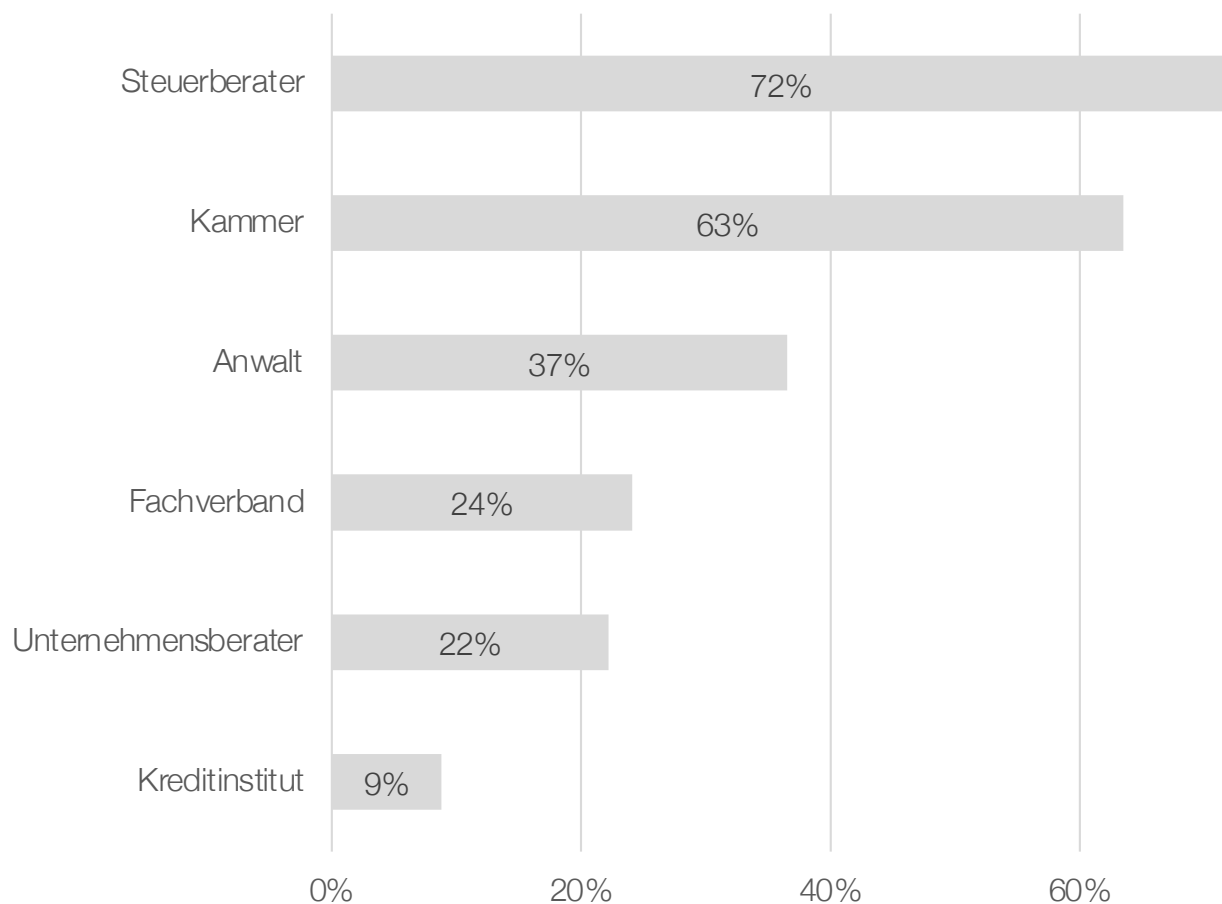


- Die **individuelle Beratung** wird von drei Viertel der Befragten mit (sehr) attraktiv bewertet und stellt damit das mit Abstand beliebteste Format dar.
- **Präsenz-Workshops** schneiden ebenfalls gut ab: Rund die Hälfte erachtete diese als (sehr) attraktiv.
- **Zeitungen/Zeitschriften** werden gemischt bewertet. Je 30-40% der Befragten finden sie (sehr) attraktiv oder (sehr) unattraktiv.
- Synchron (live) stattfindende **Onlinekurse** bewertet immerhin noch gut ein Drittel als (sehr) attraktiv, während asynchron stattfindende Onlinekurse („*self paced learning*“) vergleichsweise unattraktiv scheinen.
- Letzteres gilt auch für **Bücher, Blogposts und Podcasts**.

„Welche Medien/Kanäle bevorzugen Sie zur Information im Nachfolgekontext?“
N > 446. Keine signifikanten Unterschiede nach Geschlecht, Alter oder Planungsstatus.

Am liebsten vom Steuerberater beraten

Auf die Fragen, von wem sie sich theoretisch beraten lassen würden, nannten die meisten Befragten Steuerberater oder Industrie- und Handels- oder Handwerkskammern.



- Fast drei Viertel der Befragten würden sich vom **Steuerberater** beraten lassen – einleuchtend, wo doch bei steuerlichen Fragen der zweitstärkste Beratungsbedarf bestand.
- Die **Kammern** erachten knapp zwei Drittel der Befragten als gute Anlaufstelle für Beratungen im Nachfolgekontext.
- Sich von **Anwälten, Fachverbänden** oder **Unternehmensberatern** helfen zu lassen kann sich höchstens jede bzw. jeder Dritte vorstellen.
- Nur jede bzw. jeder Zehnte nennt **Kreditinstitute** als mögliche Anlaufstelle.

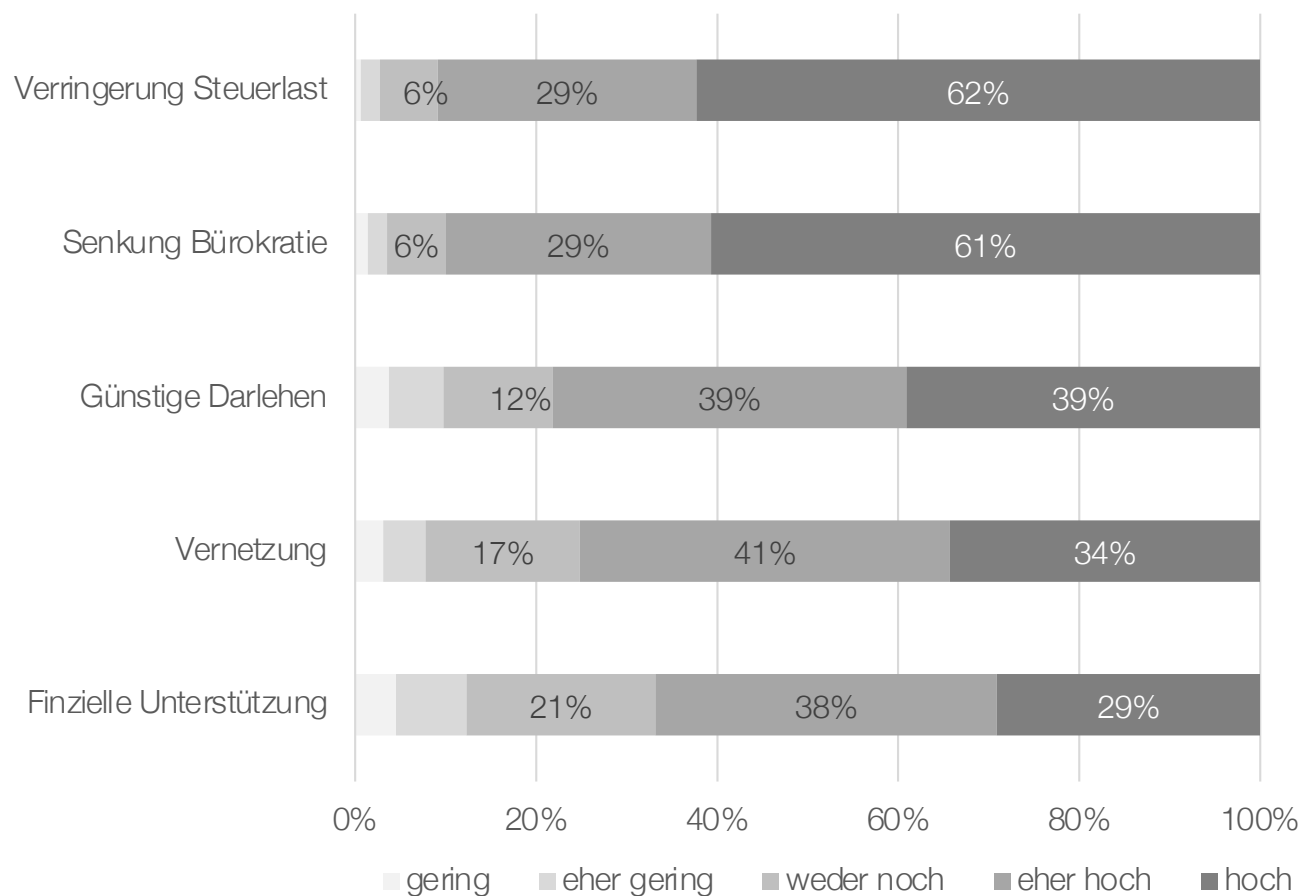
„Von wem würden Sie sich prinzipiell beraten lassen?“
N = 523. Es bestehen keine signifikanten Unterschiede nach Geschlecht, Alter oder Planungsstatus.

Förderbedarf -

Was kann getan werden, um die
Nachfolgeplanung zu unterstützen?

Bürokratie und Steuerlast als größte Kritikpunkte

Steuerlast und Bürokratie wurden fast durchweg kritisiert, auch finanzielle Unterstützung erscheint notwendig.



- Über 60% der Befragten fordern eine Verringerung der **Steuerlast und Bürokratie**. Den Bürokratieabbau nennen insbesondere die Handwerksbetriebe.
- *Diese beiden Themen wurden zudem in zahlreichen Freitextfeldern thematisiert.*
- **Günstige Darlehen** sind für fast 80% der Befragten relevant, auch hier noch stärker für die Handwerksbetriebe.
- **Finanzielle Unterstützung** und **Vernetzung** sind ebenfalls wichtige Themen, etwa drei Viertel der Befragten sehen hier Bedarf.

„Wo sehen Sie im Nachfolgekontext besonderen Förderbedarf?“
N > 486. Die genannten Unterschiede sind hochsignifikant mit $p < 0,01$.

Sie wollen mehr zu unserer Studie erfahren oder Ihre Erfahrungen teilen?

Sprechen Sie gerne die Beratungsstellen der zuständigen Kammern (IHK, HWK; Stichwort „Nachfolge“) an oder kontaktieren Sie mich direkt:

Anna Rosinus

Hochschule Mainz – Fachbereich Wirtschaft

unternehmensnachfolge@hs-mainz.de