CONSULTA

M&A Aktivität Schweiz

2023

BETA VERSION

www.consulta.swiss

Auswertung der M&A Landschaft Schweiz

Eine Analyse der schweizweit zum Verkauf stehenden Unternehmen

Januar bis Juni 2023

Consulta AG Wirtschafts- und Unternehmensberatung

Einleitung

Sehr geehrte Leserinnen und Leser

Herzlich willkommen zum Statusbericht der **Consulta AG Wirtschafts- und Unternehmensberatung** über die M&A Aktivität der Schweizer KMU.

Dieser Bericht bietet Ihnen einen umfassenden Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Bereich der Käufe und Verkäufe von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mittels Fusionen und Übernahmen (M&A).

Consulta betreut den schweizweit grössten Datensatz zu Unternehmensverkäufen. Dieser basiert auf einer Aggregation der meisten öffentlich einsehbaren Verkaufsplattformen – uniformiert, modifiziert und ergänzt. Als solches haben wir einen einzigartigen Einblick in die Unternehmenslandschaft Schweiz.

Unser Ziel ist es, Ihnen einen detaillierten Einblick in die aktuellen M&A-Aktivitäten zu geben, um Ihnen dabei zu helfen, die sich entwickelnden Markttrends zu verstehen. Dabei untersuchen wir insbesondere auch die unterschiedliche Entwicklung nach Branche und Region über die Zeit. Dies kann Sie dabei unterstützen die dynamischen Veränderungen in der Geschäftswelt besser zu erfassen und potenzielle Chancen oder Risiken für Ihr eigenes Unternehmen zu erkennen.

Consulta plant den vorliegenden Bericht halbjährlich zu aktualisieren. Das vorliegende Exemplar ist die erste Fassung. Über Ihre Anregungen und Wünsche würden wir uns sehr freuen. Bitte wenden Sie sich dazu an nachfolge@consulta.swiss.

Als Expertin für die Unternehmensnachfolge betreut Consulta KMU in allen Prozessen der Nachfolge, sei dies bei einer unternehmen- oder familieninternen Übergabe oder bei einem Verkauf an Dritte. Bei Fragen oder Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

Consulta

Management Summary

2/3 sind Mikro-unternehmen

KMU lassen sich gemäss ihrer Grösse in drei Kategorien aufteilen. Eine Auswertung des Consulta Datensatzes zeigt, dass rund 68% aller aktuell zum Verkauf stehenden Unternehmen als Mikrounternehmen, also der kleinsten Form von KMU (<10 Mitarbeiter), klassifiziert werden können.
Kleine Unternehmen machen einen Hauptteil der Schweizer Wirtschaft aus. Die erfolgreiche Nachfolgeregelung für diese Betriebe ist zentral für den Fortbestand von Arbeitsplätzen und erbrachten Dienstleistungen.

Hotel / Gastro am schnellsten von den Plattformen entfernt

Wir beobachten, dass Unternehmen aus dem Hotel / Gastronomiebereich im Durchschnitt am schnellsten von den verschiedenen Verkaufsplattformen entfernt werden. Wir gehen davon aus, dass in den Meisten Fällen ein Verkauf der Unternehmung der effektive Grund dafür ist. Im Gegensatz dazu verweilen Dienstleistungsunternehmen in der Regel länger auf den Verkaufsplattformen. Dienstleistungen können sehr spezifisch sein, was auch die Nachfolgersuche erschweren kann.

IT / Telecom besonders gross in der Deutschschweiz

Der Anteil an Verkaufsobjekten aus der IT und Telecom Branche ist in der Deutschschweiz besonders hoch. Die Westschweiz weist einen hohen Anteil an Dienstleistungsunternehmen auf, während das Mittelland einen ausgeglicheneren Anteil der verschiedenen Branchen aufweist.
Regionale Unterschiede bestehen in Bezug auf Branche, Verkaufspreise und Grösse der Unternehmen. Auf den nachfolgenden Seiten werden ausführliche Auswertungen dargestellt.

Inhaltsverzeichnis

KMU - Landschaft Schweiz 05
Verkaufsobjekte Schweiz 08
Geographische Verteilung 11
Auswertung der Daten 12
M&A - Aktivität Schweiz 16
Fazit & Zukunftsentwicklung 19
Consulta 20

KMU-Landschaft Schweiz

Statistische Darstellung über die KMU-Landschaft in der Schweiz

KMU sind von zentraler Bedeutung für die Schweizer Wirtschaft. Sie stellen einen der Hauptarbeitsgeber dar und tragen massgebend zum BIP bei.

In der Schweiz sind über 99% aller Unternehmen KMU. Das sind Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten. Sie sind das Rückgrat der schweizerischen Wirtschaft und tragen massgeblich zu deren Wachstum und Stabilität bei. Durch ihre Aktivitäten fördern KMU den Wohlstand und die wirtschaftliche Entwicklung des Landes.

KMU teilen sich in drei Kategorien auf. Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeiter werden als Mikrounternehmen bezeichnet, bei bis zu 50 Mitarbeitern spricht man von Kleinstunternehmen und KMU mit bis zu 250 Mitarbeitern fallen in die Kategorie Kleine Unternehmen.

Beitrag der KMU für die Volkswirtschaft [1]

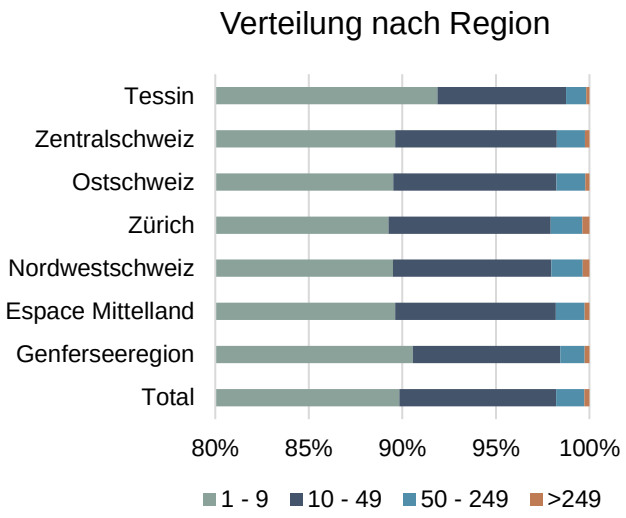
Beschäftigung: KMU sind wichtige Arbeitgeber und schaffen eine beträchtliche Anzahl an Arbeitsplätzen in der Schweiz. Über 4.5 Millionen Schweizer sind in KMU angestellt, der Löwenanteil entfällt auf die Mikrounternehmen.

Anpassungsfähigkeit: KMU sind oft flexibler und agiler als grosse Unternehmen. Sie können schnell auf Veränderungen und Trends reagieren und innovative Ideen umsetzen. Dies führt zu einer erhöhten Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit auf dem globalen Markt.

Innovation und Kreativität: Die Schweiz ist bekannt für ihre starke Innovationskraft, und KMU spielen dabei eine entscheidende Rolle. KMU sind bekannt für ihre Fähigkeit, innovative Ideen zu generieren und neue Technologien einzuführen. Aufgrund ihrer Grösse und Flexibilität können sie Risiken eingehen und neue Wege beschreiten. Durch ihre agilen Strukturen können sie somit schnell reagieren und neue Lösungen entwickeln.
Sie bringen neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle auf den Markt und tragen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der schweizerischen Wirtschaft bei.

Darüber hinaus haben KMU in der Schweiz eine starke Unternehmenskultur, die von einer engen Zusammenarbeit und einem offenen Austausch von Wissen und Erfahrungen geprägt ist.

Regionalentwicklung: KMU sind auch oft in ländlichen Gebieten ansässig und tragen zur Stärkung der regionalen Wirtschaft bei. Sie schaffen nicht nur Arbeitsplätze, sondern unterstützen auch lokale Zulieferer und Dienstleister. Dadurch wird die wirtschaftliche Vielfalt und Stabilität in den verschiedenen Regionen der Schweiz gefördert.

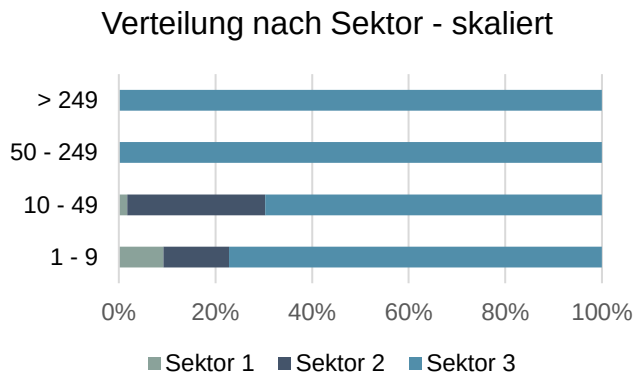


Der relative Anteil von grösseren zu kleineren KMU schwankt schweizweit um rund 5 Prozentpunkte. Im Tessin ist der Anteil an KMU mit <10 Mitarbeitern am grössten und in Zürich am kleinsten. Gesamtschweizerisch beschäftigen rund 90% der KMU weniger als 10 Mitarbeiter. Es zeigt sich wie wichtig die Mikrounternehmen in der Schweizer Wirtschaft sind.

Export: Viele KMU in der Schweiz sind international tätig und tragen massgeblich zum Exportgeschäft des Landes bei. Sie sind oft spezialisiert und bieten einzigartige Produkte und Dienstleistungen an, die weltweit gefragt sind. Durch den Export tragen sie zum Handelsbilanzüberschuss bei.

Sektor Analyse: Bei der Sektor Analyse ist ersichtlich, dass KMU aus dem primären und sekundären Sektor vollumfänglich unter 50 Mitarbeiter verzeichnen. Demnach gibt es beispielsweise kaum grössere Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz. Interessanterweise ist der sekundäre Sektor hauptsächlich in der Firmengrösse 10-50 Mitarbeiter vertreten. In dieser Grössenordnung hat eine Firma Ressourcen für Innovation und Spezialisierung und bleibt durch die geringe Mitarbeiterzahl schlank. Grössere Betriebe fallen meist in den Tertiären Sektor und bieten Dienstleistungen an.

Nachfolgende Grafik zeigt eine skalierte Darstellung der Sektor Analyse zu KMU-Unternehmensgrösse.



Wir sehen eindrücklich, wie bereits Kleinstunternehmen fast vollumfänglich in den Dienstleistungssektor fallen und nur Mikrounternehmen den ersten und zweiten Sektor bedienen.

Dies ist eine aggregierte Darstellung über alle Branchen und Regionen basierend auf dem Datensatz des Bundesamts für Statistik Schweiz. In der nachfolgenden Auswertung wird der Consulta interne Datensatz verwendet. Wir werden in grösserem Detail auf die regionalen und branchenabhängigen Unterschiede eingehen und analysieren, wie sich die M&A Aktivität in den verschiedenen Regionen und Branchen verhält.

Es zeigen sich interessante Unterschiede, die wir in genauerem Detail beleuchten.

1 Bundesamt für Statistik Sektion Wirtschaftsstruktur und –analysen, Daten aus 2020

Verkauf von KMU

Auswirkungen auf die Schweizer Wirtschaft

1. Unternehmensnachfolge: Der Verkauf von KMU ermöglicht eine geordnete Unternehmensnachfolge. Wenn ältere Unternehmer das Geschäft an jüngere Unternehmer übergeben, wird die Kontinuität des Betriebs sichergestellt. Dies hilft, den wirtschaftlichen Beitrag der KMU langfristig zu erhalten und Arbeitsplätze zu sichern.
Übergaben können innerhalb der Familie, des Betriebs, oder an Externe gehen. In all diesen Fällen ist eine nahtlose und geordnete Übergabe zentral. Kunden, Mitarbeiter und Zulieferer sollten nach Möglichkeit in keiner Weise negativ durch eine Unternehmensübergabe tangiert werden.

2. Förderung von Innovation und Unternehmertum: Der Verkauf von KMU ermöglicht es Unternehmern, ihre Erfahrungen und Ressourcen in neuen Geschäftsprojekten einzusetzen und Jungunternehmern neue Ideen in bestehende Unternehmen einfliessen zu lassen. Dies fördert Innovationen und neue Unternehmensgründungen, die zur wirtschaftlichen Vielfalt und Stärkung des Unternehmertums in der Schweiz beitragen.
Auch kann von verschiedenen betriebswirtschaftlichen Effekten, wie beispielsweise positiven Skalierungseffekten, profitiert werden.

3. Kapitalisierung von Werten: Durch den Verkauf von KMU werden Vermögenswerte in liquide Mittel umgewandelt. Dieses Kapital kann für neue Investitionen und Projekte verwendet werden, die das Wirtschaftswachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen in der Schweiz unterstützen.

4. Internationalisierung: Der Verkauf von KMU kann dazu führen, dass Schweizer Unternehmen international tätig werden. Wenn ein KMU von einem ausländischen Investor oder einem inländischen Investor mit Expansionsinteressen übernommen wird, kann dies zu einer Ausweitung der Geschäftstätigkeit über die Landesgrenzen hinausführen und den Export von Schweizer Produkten und Dienstleistungen fördern.

Insgesamt trägt der Verkauf von KMU zur Fortführung und Stärkung der schweizerischen Wirtschaft bei. Es ist deshalb wichtig, den Verkaufsprozess zu unterstützen und Rahmenbedingungen zu schaffen, die den erfolgreichen Verkauf von KMU erleichtern.

Verkaufsobjekte Schweiz

Datensatzanalyse – Consulta

Consulta betreut den schweizweit grössten Datensatz zu Unternehmensverkäufen. Als solches haben wir einen einzigartigen Einblick in die Unternehmenslandschaft Schweiz. Nachfolgend werden die wichtigsten Erkenntnisse dargestellt.

Consulta wertet die schweizweit zum Verkauf stehenden Unternehmen aus und beobachtet gesamtschweizerische Markttrends. Dies basiert auf einem aggregierten Datensatz, der den grössten Teil aller schweizweit zum Verkauf stehenden Unternehmen zusammenfasst, aufbereitet, ergänzt und aggregiert darstellt.

Einsichten in diesen Datensatz stehen Ihnen unter dem Nachfolge-Navigator® zur Verfügung. Hier können Sie gezielt nach Branchen, Regionen, Verkaufspreisen, Umsatzkategorien und Mitarbeiteranzahl filtern. Wenn Sie stets über neue Angebote auf dem Laufenden bleiben möchten, haben Sie zudem die Möglichkeit, ein Suchabo einzurichten.

Die öffentlich einsehbaren Daten beziehen sich auf Verkäufe an Dritte. Verkäufe innerhalb der Familie (Family Buy-Out FBO) und Verkäufe innerhalb der Unternehmung (Management Buy-Out MBO) werden grundsätzlich nicht öffentlich ausgeschrieben und von uns nicht erfasst.

Die Universität St. Gallen[1] schätzt, dass rund 30% aller KMU an Dritte verkauft werden, 40% innerhalb der Familie weitergegeben werden und rund 30% innerhalb der Unternehmung verkauft werden. Als solches bezieht sich dieser Bericht ausschliesslich auf die 30% M&A Transaktionen. Über die Marktentwicklung von FBO und MBO machen wir keine Aussage.
Es empfiehlt sich jedoch sowohl in FBO, MBO als auch M&A Transaktionen den Verkauf von einem Experten begleiten zu lassen, denn auch in diesen Szenarien gibt es essenzielle juristische, organisatorische und steuerliche Thematiken zu klären.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Auswertung des Datensatzes per Juni 2023.

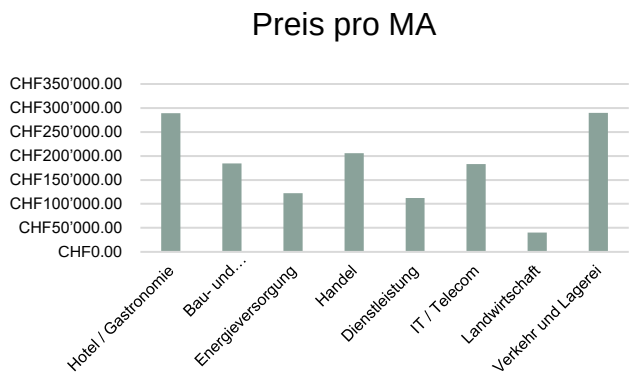
Beschreibung Datensatz:
In unserem Datensatz erfassen wir die folgenden Kategorien: Region, Branche, Verkaufspreis, Umsatz, Anzahl Mitarbeiter sowie zusätzlicher informativer Beschreibungstext. Bitte beachten Sie, dass diese Informationen nicht immer vollständig vorliegen, da nicht alle zum Verkauf stehenden Objekte mit sämtlichen Details angegeben werden. Wir bemühen uns, diese Daten nach bestem Wissen und Gewissen zu ergänzen, dennoch können in einigen Fällen bestimmte Informationen fehlen. Objekte mit fehlenden Daten wurden bei den nachfolgenden Analysen entfernt. Beispielswese wurden nur Objekte die einen Verkaufspreis ausweisen für die verschiedenen Verkaufs-preisanalysen verwendet.

Regionen:
Die Regionen fassen wir in 4 Grossregionen zusammen;
Deutschschweiz: ZH, SG, SH, SZ, TG, UR, ZG, AG, GL, GR, OW, NW, AI, AR, LU, BS, BL
Espace Mittelland: BE, FR, JU, NE, SO
Tessin: TI
Westschweiz: GE, VS, VD
Dies dient der übersichtlichen Darstellung und vereinfacht die Auswertung nach regionalen Unterschieden. Hierzu wurden die vom BfS definierten NOGA Kategorien auf 4 Regionen reduziert.

Branchen:
Die Branchen fassen wir in 9 Kategorien zusammen:
Dienstleistung, Handel, Bau- und Wohnungswesen, Energieversorgung, Hotel / Gastronomie, IT / Telecom, Kunst, Unterhaltung und Erholung, Landwirtschaft, Verkehr und Lagerei.

[1] Das St. Galler Nachfolge-Modell
Ein Rahmenkonzept zum Planen, Gestalten und Umsetzen einer ganzheitlichen Unternehmensnachfolge, Frank Halter und Ralf Schröder, 978-3-258-08320-9, Haupt Verlag .

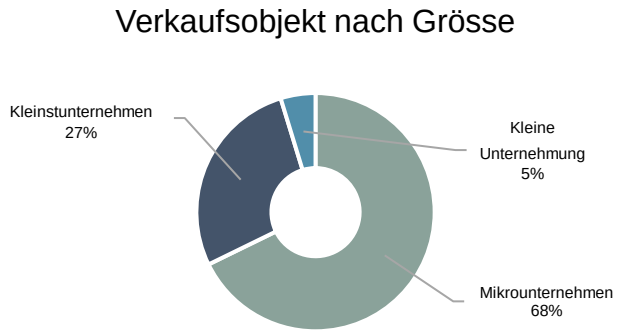
In der nachfolgenden Graphik teilen wir den Verkaufspreis durch die Anzahl Mitarbeiter (MA) und vergleichen die Resultate pro Branche. Es zeigt sich, dass der durchschnittliche Preis pro MA bei rund TCHF 180 liegt. Die Branche Landwirtschaft stellt hierbei eine Ausnahme dar, als dass sie einen durchschnittlichen Mitarbeiter Preis von lediglich TCHF 40 aufweist. Es gilt zu beachten, dass nicht alle Branchen über eine grosse Anzahl Datenpunkte verfügen. Als solches können einzelne Positionen das Resultat stark beeinflussen. Gerade im Bereich Landwirtschaft ist das Sample sehr klein. Hinzu kommt, dass teilweise auch Immobilien im Verkaufspreis enthalten sein können. Wir vermuten, dass unter anderem im Bereich Hotel / Gastronomie verhältnismässig besonders viele Immobilien enthalten sind, was wiederum den Preis pro Mitarbeiter erhöht.



Klare Ausreisser wurden aus dem Datensatz entfernt.

Der Bereich Verkehr und Lagerei sowie Hotel / Gastronomie weisen den höchsten Verkaufspreis pro Mitarbeiter aus. Für die Landwirtschaft ist dieser am geringsten gefolgt von Energieversorgung sowie Dienstleistung. Die Branchen-unterschiede sind relativ gross. Je nach Branche sind grundsätzlich mehr bzw. weniger Substanz, weiche Faktoren oder Goodwill enthalten. Als solches ist ein Direktvergleich zwischen den Branchen schwer möglich, ohne für die verschiedenen Substanzwerte zu kontrollieren. Es zeichnet sich jedoch ab, dass die tangiblen Werte einer Unternehmung einen erheblichen Einfluss auf den Verkaufspreis haben unter anderem auch im Vergleich mit den Dienstleistungsunternehmen, die einen relativ tiefen Verkaufspreis pro Mitarbeiter ausweisen.

Nachfolgend stellen wir die zum Verkauf stehenden Unternehmen nach Grösse dar. Darin bedienen wir uns der KMU Grössen Klassifizierung. Unternehmen mit weniger als 10 MA werden als Mikrounternehmen klassifiziert, Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern als Kleinstunternehmen und Unternehmen bis zu 250 Mitarbeitern als kleine Unternehmen.



Per Juni 2023 sind 68% der zum Verkauf stehenden Unternehmen Mikrounternehmen, 27% sind Kleinst-unternehmen und lediglich 5% sind kleine Unternehmen. Im Vergleich zu der KMU Landschaft Schweiz, die rund 90% Mikrounternehmen, 8% Kleinstunternehmen und 2% kleine Unternehmen aufzeigt, ist der Anteil an Kleinstunternehmen im Vergleich zu Mikrounternehmen in unserem Datensatz deutlich grösser. Wir schliessen daraus, dass viele kleinere Unternehmen bei einer Nachfolge entweder familienintern übergeben werden oder gar nicht öffentlich ausgeschrieben werden, da die Unternehmen liquidiert werden.

Auch zu beachten ist, dass grosse börsenkotierte Unternehmen nicht in diesem Datensatz erfasst sind. Jedoch machen diese einen prozentual sehr kleinen Teil aller Unternehmen aus.

2/3 der zum Verkauf stehenden Unternehmen sind Mikrounternehmen

Rund 68% aller zum Verkauf stehenden Unternehmen sind Mikrounternehmen. Kleinstunternehmen machen 27% aus, kleine Unternehmen lediglich 5%.

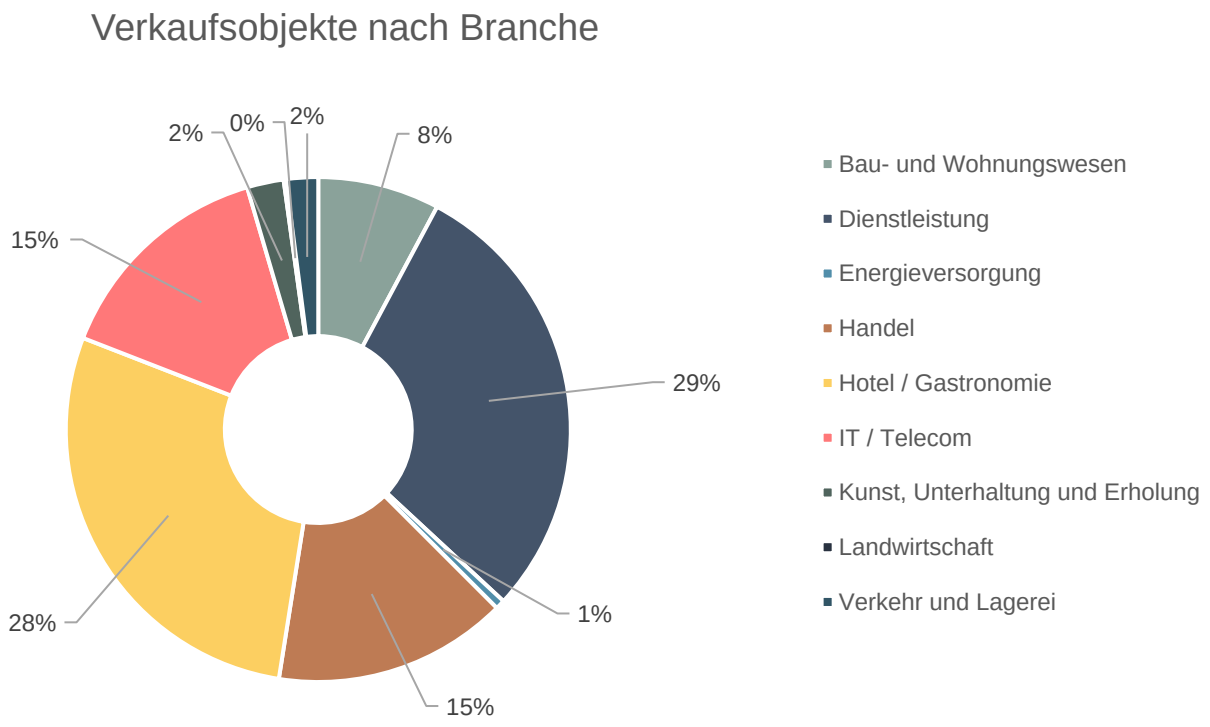
Die nachfolgende Graphik zeigt eine prozentuale Aufteilung der Verkaufsobjekte nach Branche. Der Dienstleistungssektor ist der grösste, gefolgt von Hotel/ Gastronomie. Beide machen knapp je einen Drittel der zum Verkauf stehenden Objekte aus. Handel und IT / Telecom machen zusammen auch knapp einen Drittel aus. Alle weiteren Klassen sind lediglich zu kleineren prozentualen Anteilen vertreten. Bau- und Wohnungswesen ist mit 8% der grösste verbleibende Sektor.

Der hohe Anteil an Hotel / Gastronomie lässt sich möglicherweise durch eine besonders hohe Fluktuation in diesem Sektor begründen. Während dieser Sektor rund 5% der Schweizer Unternehmen ausmacht, steht die hohe Zahl von 28% hierzu in starkem Kontrast. Wir gehen davon aus, dass Restaurants, Bars und Hotelbetriebe entsprechend einiges häufiger den Besitzer wechseln als andere Firmen aus anderen Branchen. Ein weiterer Grund könnte sein, dass diese Unternehmen besonders häufig zum Verkauf an Dritte ausgeschrieben werden.

Die prozentuale Verteilung der weiteren Sektoren deckt sich grundsätzlich mit unseren Erwartungen.

Ein direkter Vergleich des prozentualen Anteils der Verkaufsobjekte nach Branche mit dem prozentualen Anteil an existierenden Unternehmen lässt sich aufgrund einer unterschiedlichen Kategorisierung nur schwer durchführen, da die Unternehmen gleichermassen aggregiert werden müssten. Als solches machen wir bis auf den extremen Unterschied in der Hotel/ Gastronomie Branche hierzu keinen weiteren Vergleich.

Auch lässt sich nicht beurteilen ob Unternehmen aus den verschiedenen Branchen gleich häufig zum öffentlichen Verkauf im Internet ausgeschrieben werden oder ob es hier strukturelle Unterschiede gibt womit sich allfällige Diskrepanzen in den Häufigkeiten auch erklären liessen.



Geographische Verteilung

Regionale Unterschiede

Zur vereinfachten Darstellung haben wir vier Grossregionen definiert und die Daten entsprechend dargestellt. Hierbei unterscheiden wir zwischen der Deutschschweiz, der Westschweiz, dem Mittelland und Tessin. Obige Darstellung zeigt die aktuell zum Verkauf stehenden Unternehmen, aggregiert auf diese Grossregionen. In der Deutschschweiz stehen 521 Unternehmen zum Verkauf, im Mittelland 311 in der Westschweiz 454 und im Tessin 10 (Unternehmen ohne Standortsangabe wurden in der Darstellung exkludiert). Es gilt zu beachten, dass diese Daten aus dem Consulta-internen Datensatz bezogen werden. Dieser umfasst zum jetzigen Zeitpunkt über 1400 schweizweit zum Verkauf stehende Unternehmen. Der Datensatz ist ein Aggregat von allen öffentlich zugängliche Verkaufsobjekten sowie internen Objekten. Als solches beschränkt sich die Darstellung auf die uns zur Verfügung stehenden Informationen.

Aufgrund der regionalen Unterschiede pro Grossregion und der unterschiedlichen Abdeckungsquote sind besonders relative Verhältnisgrössen unter den Regionen gut zu vergleichen, absolute Grössenordnungen sind mit Vorsicht zu geniessen und wurden deshalb in dieser Analyse nach Möglichkeit vermieden.

In der Westschweiz gibt es eine umfassendere Datendarstellung als in der Deutschschweiz. In dieser Region stehen mehr Objekte zum Verkauf relativ zu den absolut existierenden Unternehmen als in anderen Regionen. Dies ist höchstwahrscheinlich auf die verfügbaren Daten rückzuführen und nicht auf eine besonders hohe Verkaufsquote.

Wir möchten darauf hinweisen, dass unser Datensatz keine Informationen zu Objekten enthält, die nicht öffentlich zum Verkauf angeboten werden. Es ist wichtig zu beachten, dass diese Verfügbarkeit regional variieren kann. Darüber hinaus können die Anteile von Verkäufen an Dritte, innerhalb von Familien oder innerhalb von Unternehmen in verschiedenen Regionen ebenfalls unterschiedlich sein.

Die verfügbaren Daten aus dem Tessin sind äusserst begrenzt, wodurch einzelne Positionen einen signifikanten Einfluss auf das Gesamtergebnis haben können. Aus diesem Grund möchten wir darauf hinweisen, dass es ratsam ist, die Erkenntnisse aus dem Tessin mit gebührender Vorsicht zu interpretieren.

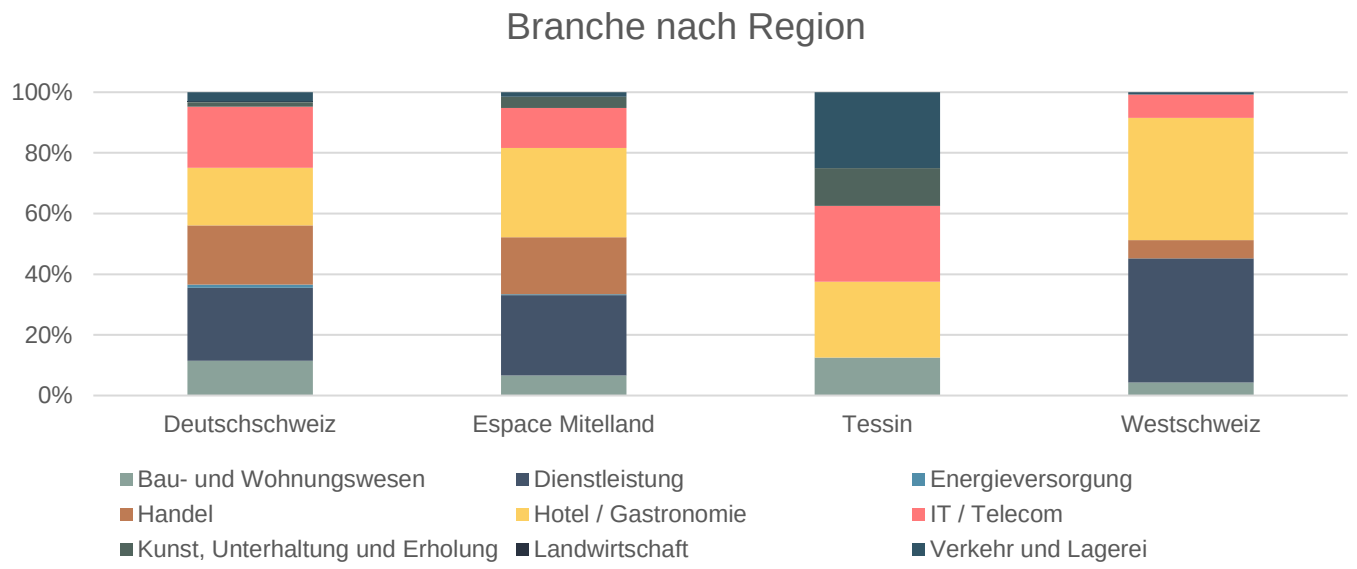
Auswertung der Daten

Analyse der zum Verkauf stehenden Unternehmen in der Schweiz per Juni 2023

Nachfolgende Darstellungen zeigen den Stand der zum Verkauf stehenden Unternehmen per Juni 2023. Als solches wird eine Momentaufnahme dargestellt, die grundsätzlichen Einblick in die M&A Landschaft der Schweiz bietet. Auf die monatlichen Veränderungen wird im Kapitel M&A Aktivität Schweiz genauer eingegangen. Darin konzentrieren wir uns auf Resultate die erst in der zeitlichen Betrachtung ersichtlich werden, beispielsweise der durchschnittlichen Dauer bis ein Unternehmen nicht mehr auf den Verkaufsplattformen gelistet ist.

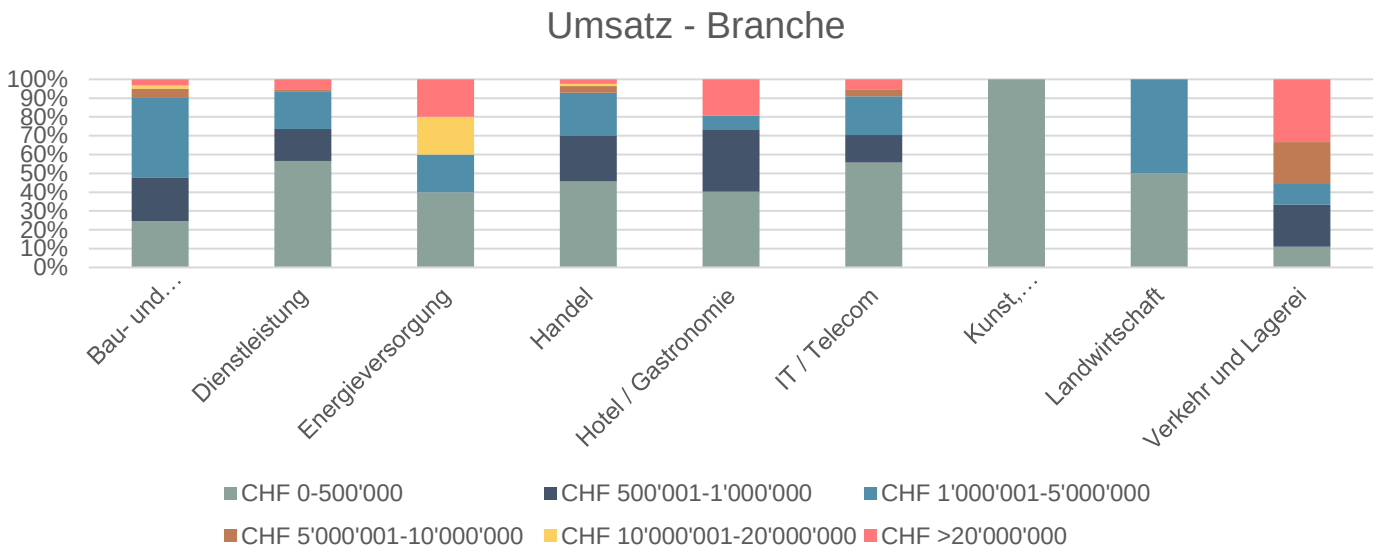
In der nachfolgenden statischen Darstellung analysieren wir verschiedene regionale und branchenabhängige Unterschiede. Hierzu betrachten wir exemplarisch den Monat Juni, wobei andere Monate geringfügig abweichende Zahlen aufweisen könnten.

Auf den folgenden Seiten werden wir vor allem auf die Elemente Umsatz und Verkaufspreis in den verschiedenen Regionen wie auch Branchen genauer eingehen. Es folgt eine Betrachtung der Mitarbeiter die von diesen M&A Prozessen betroffen sind.



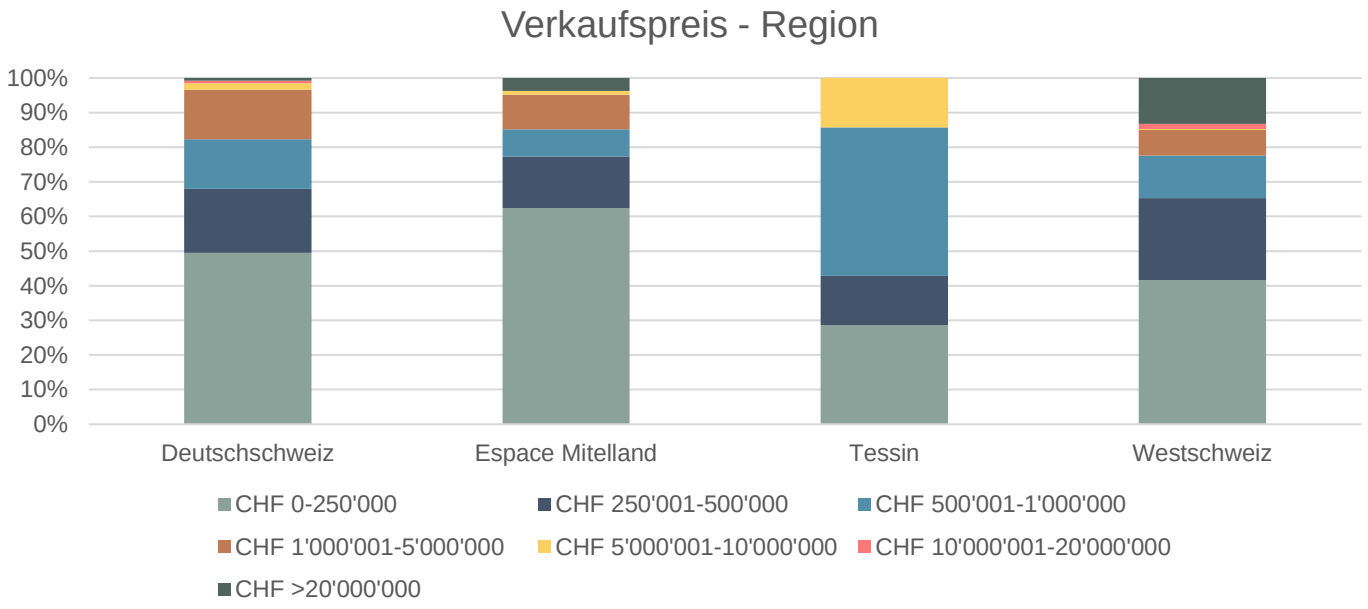
Die Branchenaufteilung variiert je nach Region erheblich, und es sind deutliche regionale Unterschiede erkennbar. Die obige Grafik veranschaulicht den prozentualen Anteil der verschiedenen Branchen in den vier Grossregionen. Jede Region ist auf eine Gesamtsumme von 100% skaliert, was es ermöglicht, einen relativen, wenn auch nicht absoluten Vergleich der Branchenanteilen zwischen den Regionen anzustellen.

Wir stellen beispielsweise fest, dass in der Westschweiz vergleichsweise viele Dienstleistungsunternehmen zum Verkauf angeboten werden In der Deutschschweiz hingegen finden wir den höchsten prozentualen Anteil an Unternehmen aus dem Bereich IT / Telecom, während das Mittelland und die Westschweiz in Bezug auf Hotel- und Gastronomiebetriebe herausragt. Das Tessin verfügt nicht über ausreichend Datenpunkte um eine statistisch valide Aussage zu machen.



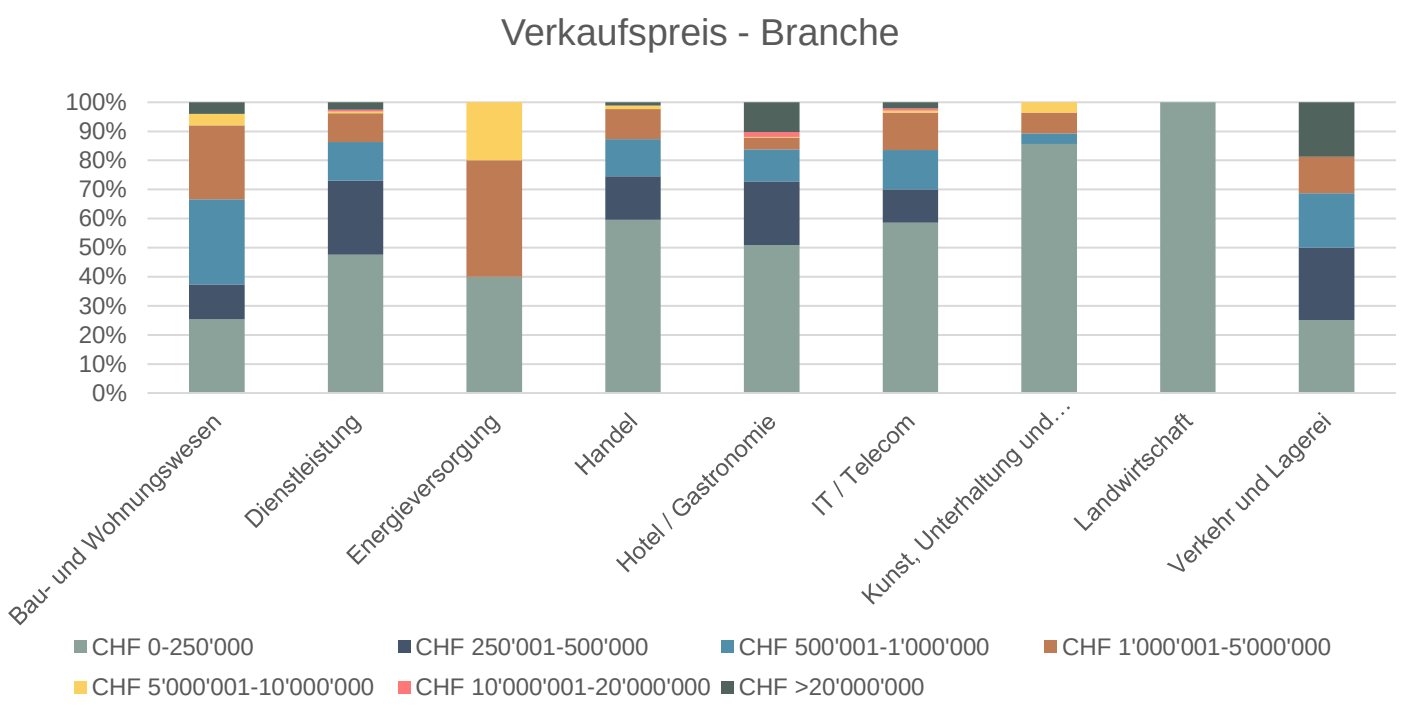
Die Umsätze sind stark branchenabhängig. Im Bereich Kunst, Unterhaltung und Erholung stehen keine Unternehmen mit einem Umsatz über TCHF 500 zum Verkauf. Energieversorgung weist den grössten Anteil an umsatzstarken (> CHF 10 Mio.) Unternehmen aus.

Bau- und Wohnungswesen befindet sich im Mittelfeld mit besonders vielen Unternehmen mit einem Umsatz zwischen TCHF 1'000 und TCHF 5'000.



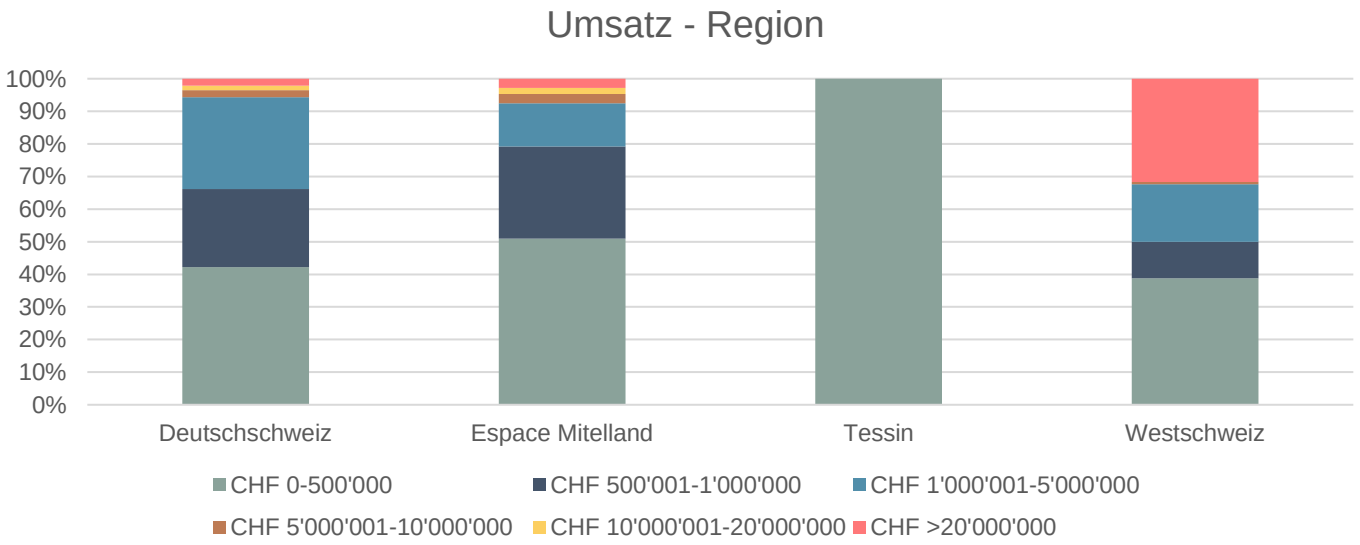
Gleichermassen unterscheidet sich auch der durchschnittliche Verkaufspreis pro Region. Obige Darstellung zeigt den prozentualen Anteil des Verkaufspreises in sechs Grössenkategorien pro Grossregion. Umsatz und Preis wurden in Kategorien dargestellt. Ein kleiner Unterschied im Preis kann somit u.U. zu einer Klassifizierung in die nächst höhere Klasse resultieren.

Der Anteil an Unternehmen mit dem höchsten Verkaufspreis ist in der Westschweiz besonders hoch, wobei sich das Mittelland durch einen besonders hohen Anteil an tiefen Verkaufspreisen hervorhebt. Das Tessin verfügt nicht über ausreichend Datenpunkte um eine statistisch valide Aussage zu machen.



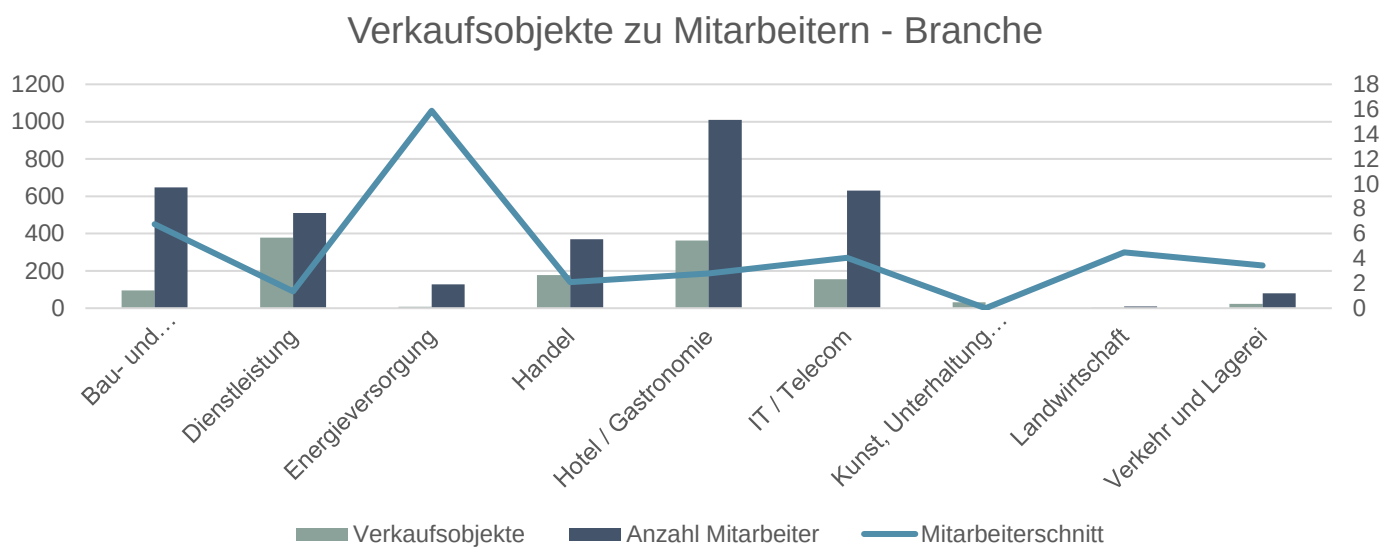
Wie erwartet variieren die Verkaufspreise je nach Branche erheblich. Die Branchen Verkehr und Lagerei, gefolgt von Bau- und Wohnungswesen, weisen den höchsten Anteil an Unternehmen mit hohen Verkaufspreisen auf. Im Gegensatz dazu fallen landwirtschaftliche Betriebe vollständig in die niedrigste Preiskategorie.

Ebenso fällt auf, dass der Bereich Kunst, Unterhaltung und Erholung einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Unternehmen mit niedrigen Verkaufspreisen aufweist. In anderen Kategorien erstrecken sich die Verkaufspreise über die gesamte Bandbreite, von unter TCHF 250 bis hin zu über TCHF 20’000.



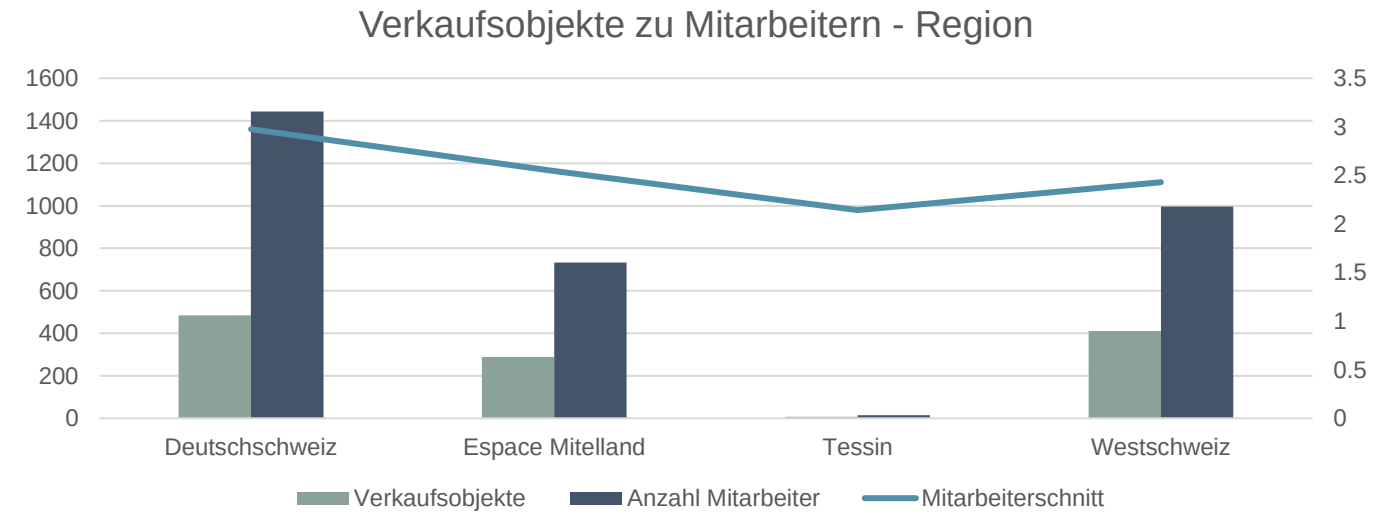
Obige Graphik stellt eine analoge Darstellung basierend auf den Umsätzen pro Region dar. Auch hier beobachten wir wieder, dass die Verkaufsobjekte im Tessin vollumfänglich in die tiefste Kategorie fallen und die Westschweiz den grössten Anteil an umsatzstarken Unternehmen aufweist.

Die Aufteilung zwischen dem Mittelland und der Deutschschweiz ist ähnlich und weist einen vergleichbaren Anteil an hohen respektive tiefen Umsätzen bei den Verkaufsobjekten aus. Alle vier Grossregionen haben über 80% der Verkaufsobjekte in der Kategorie CHF 0-500'000.



Wir vergleichen die Mitarbeiter (MA) mit der Anzahl der zum Verkauf stehenden Unternehmen pro Branche. In dieser Graphik ist auf der linken Seite die Anzahl Unternehmen, resp. totalen Mitarbeiter ersichtlich, während die rechte Seite die durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter pro Branche darstellt. Somit lässt sich abschätzen wie viele Mitarbeiter bei einem Verkauf pro Branche jeweils betroffen sind und wie viele Mitarbeiter pro Branche gesamthaft tangiert werden.

Den grössten Mitarbeiterschnitt weist die Energieversorgung mit rund 16 Mitarbeitern pro Verkaufsobjekt aus, gefolgt von der Bau- und Wohnungsbranche mit rund 7 Mitarbeitern. Den tiefsten Wert beobachten wir in der Kunst, Unterhaltung und Erholung sowie in der Dienstleistung mit rund 1 Mitarbeiter im Schnitt.



Die obenstehende Grafik bietet Informationen zur Unternehmensgrösse in Bezug auf die Anzahl der Mitarbeiter. Sie zeigt jeweils die Anzahl der zum Verkauf stehenden Unternehmen (l.S.), die zugehörige Mitarbeiterzahl (l.S.) und das Verhältnis pro Grossregion (r.S.). Auf der rechten Seite finden Sie zudem den Durchschnittswert für die Mitarbeiteranzahl (durchschnittliche Mitarbeiterzahl) in den verschiedenen Regionen.

Wir beobachten, dass in allen Grossregionen die Anzahl der Mitarbeiter grundsätzlich im Verhältnis zur Anzahl der zum Verkauf stehenden Unternehmen steht. In der Deutschschweiz liegt der Durchschnitt bei etwa 3 Mitarbeitern pro Verkaufsobjekt, am höchsten. Gesamthaft waren in der Deutschschweiz im ersten Halbjahr 2023 über 1400 Mitarbeiter von einem Unternehmensverkauf betroffen.

M&A-Aktivität Schweiz

Auswertung der Daten – Consulta

Wir werten die Daten über einen sechs Monatigen Zeitraum aus und stellen die Ergebnisse aggregiert dar.

Auf den nachfolgenden Seiten werten wir die Daten aus dem ersten Halbjahr 2023 aus. Hierzu haben wir monatlich eine Datenextraktion der zum Verkauf stehenden Unternehmen durchgeführt. Im Gegensatz zur bisherigen statischen Darstellung richten wir nun unseren Fokus auf die Verkaufsdauer. Unsere Analyse konzentriert sich darauf, wie sich die Zeitspanne bis zum Verkauf in verschiedenen Branchen, Regionen und Preisklassen gestaltet

Durch diese zeitliche Betrachtung erhalten wir tiefere Einblicke in die M&A-Landschaft der Schweiz. Fragen wie die folgenden stehen im Mittelpunkt unserer Untersuchung:

- Wie rasch erfolgt der Verkauf von Unternehmen in den verschiedenen Branchen?
- Existieren regionale Unterschiede in der Verkaufsdauer?
- Erstreckt sich der Verkaufsprozess bei hochpreisigen Unternehmen über einen längeren Zeitraum?

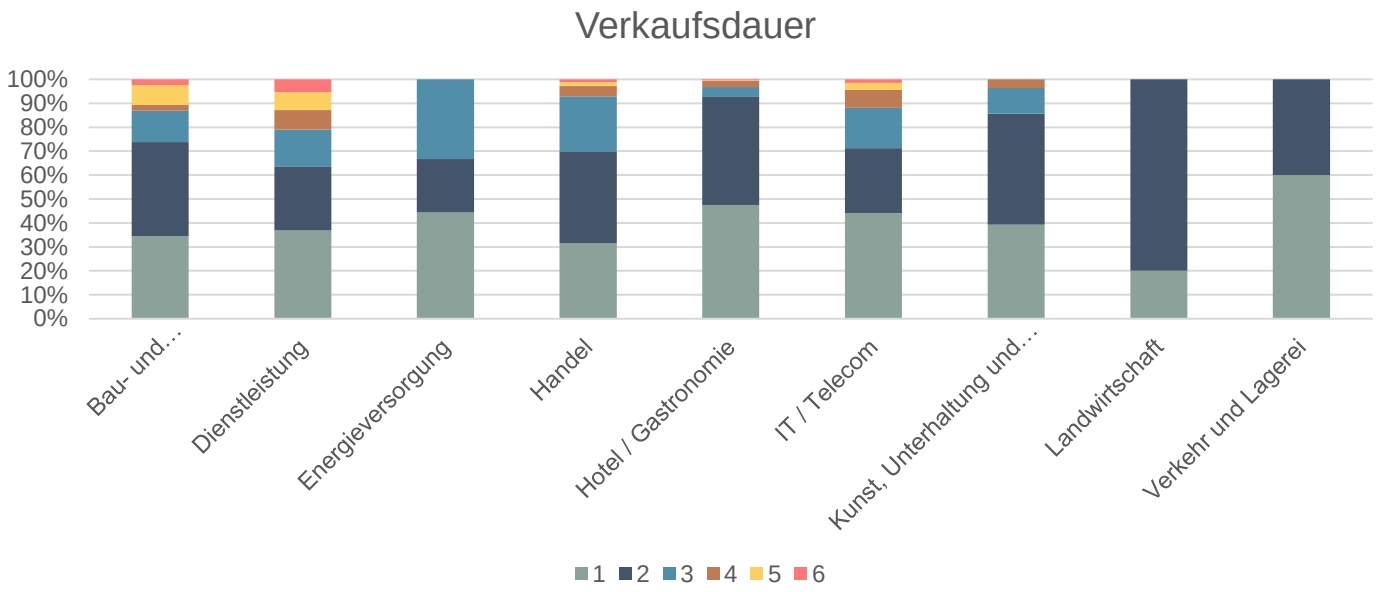
Definition «Verkaufte Unternehmen»
Wir gehen davon aus, dass Unternehmen, die nicht mehr auf den Verkaufsplattformen gelistet sind, verkauft wurden. Es kann jedoch vorkommen, dass Unternehmen aus anderen Gründen von den Verkaufsplattformen entfernt wurden, etwa weil sie interne Lösungen gefunden haben, weil das Unternehmen liquidiert wird, weil der Verkauf aus verschiedenen Gründen verzögert oder aufgeschoben wurde, oder das Inserat aus anderen Gründen entfernt wurde. Unsere verfügbaren Daten erlauben es uns leider nicht, eine genaue Unterscheidung in diesem Zusammenhang vorzunehmen. Auch ist uns nicht bekannt, wie hoch der totale Anteil an Unternehmen ist, die nicht mehr gelistet sind aber auch nicht verkauft wurden. Im Folgenden werden wir uns deshalb auf alle Unternehmen konzentrieren, die nicht mehr auf den Verkaufsplattformen verfügbar sind, und diese vereinfachend als "verkaufte Unternehmen" bezeichnen, obschon gewisse Unternehmen auch aus anderen Gründen nicht mehr auf den Plattformen gelistet sein könnten.

Unser Datensatz umfasst sowohl bereits verkaufte Unternehmen als auch solche, die noch zum Verkauf stehen. In den folgenden Abschnitten werden wir uns ausschliesslich auf diejenigen Unternehmen konzentrieren, die bereits verkauft wurden oder aus anderen Gründen nicht mehr zum Verkauf stehen. Unternehmen, die sich noch im Verkaufsprozess befinden, werden in dieser Betrachtung nicht berücksichtigt.

Wir gehen davon aus, dass die bereits verkauften Unternehmen eine weitgehend repräsentative Stichprobe aller Unternehmen darstellen, die zum Verkauf stehen oder gestanden haben. Es ist jedoch möglich, dass in bestimmten Sektoren Unternehmen länger als der Durchschnitt zum Verkauf stehen und innerhalb dieses Halbjahres nicht verkauft wurden. Diese Unternehmen werden somit in dieser Auswertung nicht erfasst.
Consulta plant in regelmässigen Abständen einen Report zur Schweizer M&A Aktivität zu veröffentlichen. In den zukünftigen Ausgaben wird der verfügbare zeitliche Rückblick grösser sein und somit werden auch länger andauernde Verkaufsprozesse besser erfasst werden. In dieser ersten Fassung limitiert sich unser Datensatz auf sechs Monate. Es wird somit nicht impliziert, dass alle Unternehmensverkäufe nach sechs Monaten abgeschlossen sind. Dieser Zeitraum stellt lediglich die maximale Dauer unseres derzeit verfügbaren Datensatzes dar.

Es ist wichtig zu betonen, dass die hier angegebene Dauer den Zeitraum ab dem tatsächlichen Beginn der Ausschreibung eines Unternehmens darstellt. Die erforderliche Vorlaufzeit für Unternehmensbewertungen, Situationsanalysen, rechtliche Aspekte und weitere Vorbereitungen sind in dieser Zeitspanne nicht enthalten. Ein vollständiger Verkaufsprozess erstreckt sich in der Regel über einen erheblich längeren Zeitraum, daher ist es ratsam, frühzeitig mit der Planung für die Unternehmens-nachfolge zu beginnen.

Zusätzlich möchten wir nochmals betonen, dass unsere Analyse ausschliesslich Unternehmen betrachtet, die öffentlich zum Verkauf ausgeschrieben wurden. Verkäufe innerhalb der Familie oder innerhalb des Unternehmens (FBO und MBO) werden in dieser Auswertung nicht berücksichtigt.

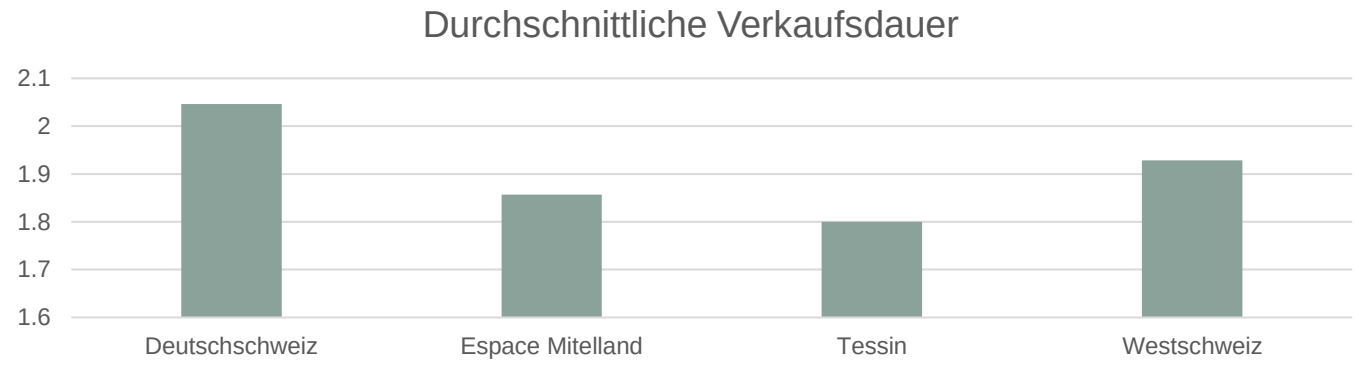


Obige Graphik stellt die Anzahl Monate dar, bis ein Unternehmen verkauft wird. Es gilt zu beachten, dass Unternehmen, die zum Stichtag noch nicht verkauft wurden, nicht in dieser und den weiteren Graphiken enthalten sind. Nur effektiv verkaufte Objekte, respektive solche deren Ausschreibung aus einem anderen Grund eingestellt wurden, werden berücksichtigt. Es wurde der Zeitraum Januar bis Juni 2023 betrachtet. Somit ist die maximale Anzahl Monate auf sechs limitiert. Unternehmen die per Juni 2023 noch nicht verkauft waren, wurden exkludiert.

Aufgrund einer eingeschränkten Datenmenge bei gewissen Sektoren ist die statistische Aussagefähigkeit in diesen Sektoren geringer.

Wir können beobachten, dass der Anteil an Unternehmen die sich innerhalb der ersten 1-2 Monaten verkaufen im Hotel / Gastronomie Sektor am grössten ist. Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor weisen den grössten Anteil an längeren Verkaufsdauern aus.

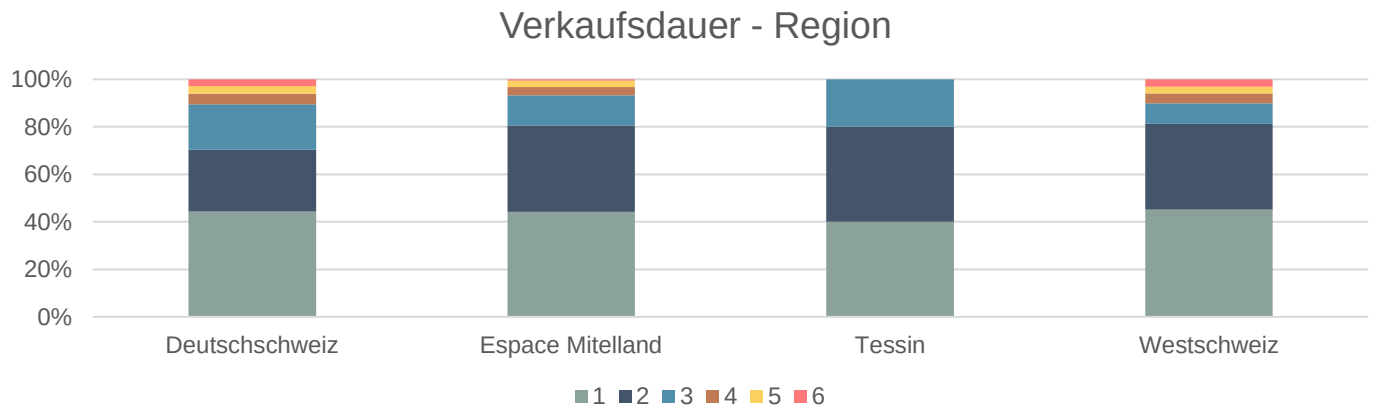
Alle Sektoren weisen grundsätzlich ein ähnliches Muster aus: Über ¾ der Objekte lassen sich in den ersten Monaten verkaufen, der Anteil an länger dauernden Projekten ist gering. Dienstleistung ist die einzige Branche, in der der Anteil an Verkaufsobjekten die nach 3 Monaten noch nicht verkauft worden sind über 20 % ausmacht.



Obige Darstellung zeigt die durchschnittliche Anzahl Monate, bis das Unternehmen verkauft wird pro Region.

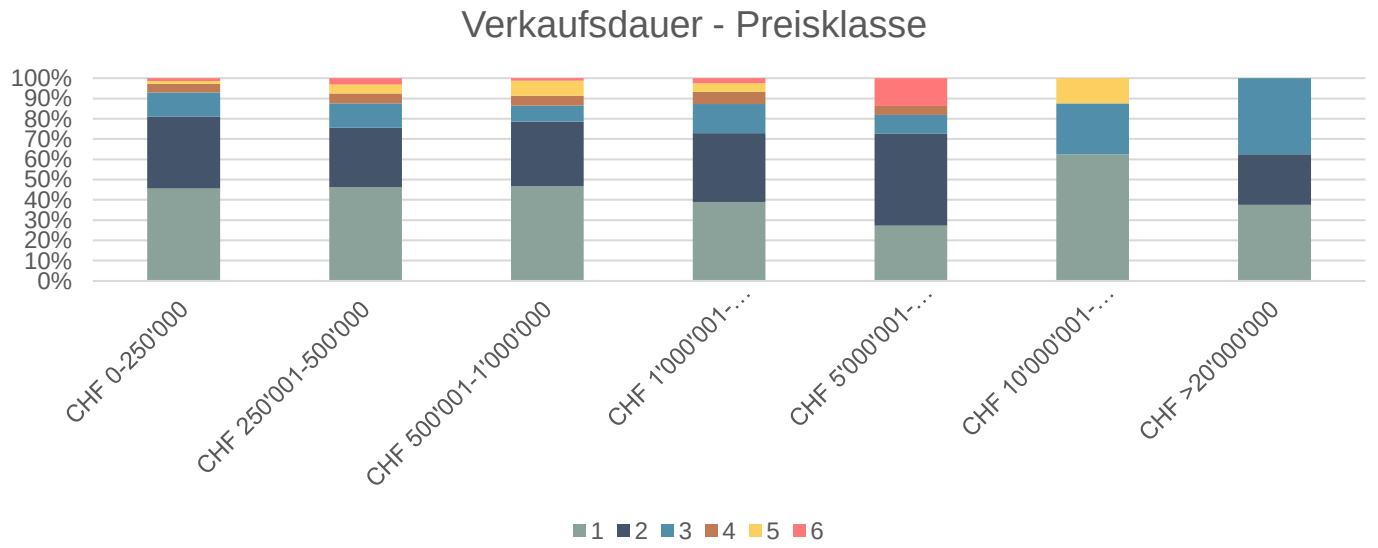
Wir sehen, dass die Deutschschweiz im Schnitt die höchste Verkaufsdauer ausweist. Im Espace Mittelland ist diese rund 10% tiefer.

Die Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen sind nicht extrem hoch. Das Tessin weist die tiefste durchschnittliche Verkaufsdauer aus, jedoch gibt es wenige Datenpunkte in dieser Region. Als solches fallen Einzelfälle besonders stark ins Gewicht und können den Durchschnitt stark beeinflussen.



Obige Darstellung zeigt die Verteilung der Verkaufsdauer in Monaten, bis das Unternehmen verkauft wird pro Region nach Monaten. Die Verteilung sieht in den Grossregionen grundsätzlich ähnlich aus.
Wir sehen, dass die Deutschschweiz mit rund 70% den kleinsten Anteil an Unternehmen hat, die sich in den ersten zwei Monaten verkaufen. Die weiteren Grossregionen zeigen hierzu mit rund 80% einen ähnlichen Wert auf.

Zu beachten ist, dass sowohl die Branchen- als auch Preisverteilung pro Region unterschiedlich ist und die Verkaufsdauer beeinflusst. Regionale Unterschiede in der Verkaufsdauer sind somit nicht ausschliesslich der Region an sich zuzuschreiben sondern entstehen aufgrund von verschiedenen Faktoren.



Obige Darstellung zeigt die Verkaufsdauer in Monaten pro Preisklasse. Es gilt zu beachten, dass sich die meisten Verkaufsobjekte im untersten Preissegment befinden, die oberen Preissegmente weisen jeweils nur einige wenige Objekte aus. Diese oberen Preissegmente sind daher stark von individuellen Objekten geprägt, was die statistische Aussagekraft aufgrund der begrenzten Anzahl verfügbarer Datenpunkte in diesem Bereich einschränkt.

In allen Preisklassen zeigt sich ein ähnliches Muster: Ein grosser Anteil der Unternehmen wird innerhalb von 1-2 Monaten verkauft, unabhängig der Preisklasse. Im oberen Preissegment ist jedoch der Anteil an länger andauernden Verkaufsprozessen grösser. Dies kann auf verschiedene Gründe zurückzuführen sein, wie zum Beispiel die Notwendigkeit einer umfassenden Due Diligence, die den Prozess verlängert oder einen kleineren Markt von potentiellen Abnehmern.

Zusätzlich variiert die Branchenaufteilung nach Preisklasse, wobei bestimmte Branchen prozentual häufiger im unteren oder oberen Preissegment vertreten sind. Wie bereits dargestellt, ist auch die Verkaufsdauer je nach Branche unterschiedlich. Dies unterstreicht die Vielfalt und Komplexität der Faktoren, die die Verkaufsdauer und den Erfolg eines Unternehmensverkaufs beeinflussen können.

Fazit & Zukunftsentwicklung

Über Unsicherheiten und Opportunitäten

"Die Wirtschaft ist wie ein Jonglierkünstler – sie jongliert mit Zahlen, während wir alle versuchen, den Überblick zu behalten!" – Chat GPT

Es gibt diverse Herausforderungen, mit denen die Schweizer Firmenlandschaft konfrontiert ist. Dazu gehören der Fachkräftemangel, steigende Kosten, regulatorische Veränderungen sowie Umweltproblematiken. Unternehmen müssen sich diesen Herausforderungen stellen, um ihre Wettbewerbsfähigkeit und ihr langfristiges Wachstum zu sichern. Im Verlauf eines jeden Unternehmens stellt sich die Frage nach der Nachfolgeplanung bei der das Unternehmen auf einen Nachfolger übertragen wird. Auch dies stellt eine zentrale Herausforderung für Unternehmen dar.

Insgesamt stellt die schweizerische Firmenlandschaft ein wesentlicher Bestandteil der Konjunkturentwicklung des Landes dar. Die Stärke und Vielfalt der Unternehmen und ihre Innovationskraft bilden eine solide Grundlage für die Wirtschaft und zukünftiges Wachstum.
Es ist wichtig, dass Unternehmen, die Politik und andere Akteure weiterhin zusammenarbeiten, um gute Rahmenbedingungen für Unternehmertum zu gewährleisten, die schweizerische Firmenlandschaft weiterhin erfolgreich zu fördern und die erfolgreiche Übergabe der Unternehmen an einen Nachfolger sicherzustellen.

Dieser Bericht beleuchtet einen spezifischen Aspekt der Schweizer Firmenlandschaft – die Unternehmensnachfolge. Dabei geht er auf den Verkauf von KMU an Dritte ein und zeigt auf, welche Unterschiede sich regional und branchenspezifisch ergeben.

Die Nachfolgeplanung stellt ein zentrales Element der Schweizer KMU-Landschaft dar. Es wird sichergestellt, dass Unternehmen eine Nachfolgemöglichkeit finden, Arbeitsplätze erhalten bleiben und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen weiterhin verfügbar sind. Somit kann Know-How auf die nächste Generation übertragen werden und es entsteht kein Unterbruch in der Wertschöpfungskette. Für die Kontinuität der Schweizer Wirtschaft, für den Unternehmer, für die Arbeitnehmer und die Konsumenten ist die erfolgreiche Unternehmensübergabe essenziell.

Aufgrund des demografischen Wandels müssen sich im Verlauf der nächsten Jahre Unternehmen und Inhaber vermehrt mit der Thematik der Nachfolgeplanung auseinandersetzen. Es wird somit zunehmend wichtig, klare Strategien und Pläne für die Übergabe von Unternehmen zu entwickeln.

Eine Nachfolgeplanung stellt den Unternehmer vor eine meist einmalige Herausforderung aber auch Opportunität die es erfolgreich zu meistern gilt. Sie hat Auswirkungen auf die eigene Altersvorsorge, die Arbeitsplätze der Angestellten und nicht zuletzt die Volkswirtschaft als ganzes.

Consulta

Vertrauen schaffen. Werte bilden. Zukunft gestalten.

Consulta hat sich auf die Nachfolgeplanung spezialisiert und unterstützt Inhaber bei der Veräusserung ihres Unternehmens. Hierzu bieten wir umfassende Beratungsleistungen an, um einen reibungslosen Übergang und eine erfolgreiche Übergabe des Unternehmens an den neuen Eigentümer zu gewährleisten. Unsere Leistungen beziehen sich sowohl auf Verkäufe an Dritte als auch auf Verkäufe innerhalb der Familie oder der Unternehmung. Unsere Tätigkeiten im Bereich der Nachfolgeplanung umfassen unter anderem:

1. **Unternehmensbewertung**: Consulta bewertet den Wert des Unternehmens objektiv und präzise, um eine realistische Grundlage für den Verkaufsprozess zu schaffen. Dabei werden verschiedene Faktoren wie Finanzkennzahlen, Marktposition, Potenzial und Wachstumsaussichten berücksichtigt.

2. **Identifizierung potenzieller Käufer**: Consulta unterstützt Sie bei der Suche und Identifizierung potenzieller Käufer, die ein Interesse am Erwerb des Unternehmens haben könnten. Dies umfasst sowohl strategische Investoren als auch private Käufer. Dank der einzigartigen Datenbank im Nachfolge Navigator, verfügt Consulta über eine aktuelle Liste von Interessenten die konkret an Unternehmen in den verschiedenen Bereichen interessiert sind.

3. **Transaktionsstrukturierung**: Consulta hilft bei der Entwicklung einer optimalen Transaktionsstruktur, um die Ziele des Verkäufers zu erreichen. Dies beinhaltet die Beratung bei der Festlegung des Verkaufspreises, der Vertragsbedingungen und der rechtlichen Aspekte des Verkaufsprozesses. Besonderer Fokus wird dabei auf die steuerliche Situation gelegt.

4. **Verkaufsverhandlungen**: Consulta unterstützt den Verkäufer bei den Verhandlungen mit potenziellen Käufern und begleitet den Prozess bis zur Vertragsunterzeichnung.

5. **Projektmanagement und Übergabe**: Consulta übernimmt das Projektmanagement während des gesamten Verkaufsprozesses und sorgt für eine reibungslose Übergabe des Unternehmens an den neuen Eigentümer.

Consulta verfügt über viel Fachwissen und Erfahrung in der Nachfolgeplanung und arbeitet eng mit den Inhabern zusammen, um ihre individuellen Ziele und Bedürfnisse zu verstehen. Unser Ziel ist es, Inhabern dabei zu helfen Ihr Unternehmen zu übergeben und einen nahtlosen Übergang zu gewährleisten.
Nehmen Sie jetzt mit uns Kontakt auf. Gerne informieren wir Sie über unser Leistungsangebot für Ihre individuelle Situation.

Sie haben ein Unternehmen und möchten dieses gerne in die Hände eines Nachfolgers übergeben? Bitte wählen Sie Ihre Situation aus, wir helfen Ihnen gerne.

Ich verkaufe an ein Familienmitglied

FBO – Family Buy-Out

Ich möchte mein Unternehmen der nächsten Generation übergeben und dafür sorgen, dass das Familienunternehmen sich weiterentwickeln kann.

Jetzt FBO planen

Ich verkaufe an den Geschäftsführer

MBO – Management Buy-Out

Ich möchte kürzertreten und bin überzeugt davon, dass mein Geschäftsführer in der Lage ist, das Unternehmen in meinem Sinne weiterzuführen. Ich bin engagiert, sicherzustellen, dass mein Know-how nicht verloren geht.

Jetzt MBO planen

Ich verkaufe an einen Dritten

M&A – Mergers & Acquisitions

Ich möchte den wohlverdienten Ruhestand antreten. Für mein Unternehmen suche ich einen nachfolgefähigen und nachfolgewürdigen Käufer, welcher mein Unternehmen in die Zukunft führen kann.

Jetzt M&A planen

Autoren und Kontaktdaten

Stephan Illi
CEO & VRP

Simon Rüegg
Senior Business Consultant

Timon Bodmer
Business Consultant

Consulta AG
Wirtschafts- und
Unternehmensberatung

Villa Weber
Postfach 252
8630 Rüti ZH

Tel. +41 55 250 55 55

www.consulta.swiss

CONSULTA

Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen dienen ausschliesslich zu Informationszwecken und stellen keine professionelle Beratung oder Empfehlung dar. Obwohl wir angemessene Anstrengungen unternommen haben, um sicherzustellen, dass die in diesem Bericht enthaltenen Informationen zum Zeitpunkt der Erstellung korrekt und aktuell sind, können wir keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität dieser Informationen übernehmen.

Der Leser wird darauf hingewiesen, dass sich die Unternehmenslandschaft und wirtschaftlichen Bedingungen ändern können, und dass zukünftige Entwicklungen von zahlreichen Faktoren abhängen, die ausserhalb unserer Kontrolle liegen. Es liegt in der Verantwortung des Lesers, weitere eigene Recherchen durchzuführen und professionelle Beratung einzuholen, bevor Entscheidungen auf Grundlage der in diesem Bericht enthaltenen Informationen getroffen werden.

Wir übernehmen keine Haftung für Verluste oder Schäden, die durch die Nutzung oder Verlässlichkeit, der in diesem Bericht enthaltenen Informationen entstehen. Jegliche Handlungen, die auf Grundlage dieser Informationen vorgenommen werden, liegen in der alleinigen Verantwortung des Lesers.

Dieser Bericht ist urheberrechtlich geschützt und darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung nicht ganz oder teilweise reproduziert, weitergegeben oder in irgendeiner Form verwendet werden.