Deloitte.

Strategien für die neue Realität

CFO Survey Herbst 2020

Über den Deloitte CFO Survey
Der Deloitte CFO Survey reflektiert die Einschätzungen und Erwartungen von CFOs deutscher Großunternehmen zu makroökonomischen, unternehmensstrategischen und finanzwirtschaftlichen Themen. Der Survey wird in einem halbjährlichen Turnus durchgeführt und hat zum Ziel, Trends und Trendbrüche zu identifizieren. Deloitte-Gesellschaften in über 50 Ländern führen nationale CFO Surveys durch.

Methodik
Die vorliegende Studie ist der 18. deutsche Deloitte CFO Survey. Die Befragung wurde online im Zeitraum zwischen dem 3. und dem 30. September 2020 durchgeführt. 100 CFOs deutscher Großunternehmen haben an der Befragung teilgenommen. 62 Prozent der teilnehmenden Unternehmen erzielen einen Umsatz von mehr als 500 Millionen Euro, 36 Prozent über eine Milliarde Euro. Bei der Branchenstruktur dominiert die Immobilienbranche und Maschinenbauindustrie mit 18 und 14 Prozent, gefolgt von der Automobilindustrie mit 12 Prozent.[1]

Die Ergebnisse dieser Ausgabe zu den wirtschaftlichen Aussichten wurden aufgrund der dynamischen Entwicklungen im Zuge der COVID-19-Krise bereits auszugsweise veröffentlicht.[2] Deshalb fokussiert sich die vorliegende Ausgabe auf die Einschätzung deutscher CFOs zum Maßnahmenpaket der Bundesregierung sowie auf die kurz- und langfristige strategische Ausrichtung der Unternehmen. Da die Umfrage im September 2020 erfolgte, reflektiert sie die Einschätzung der CFOs, ohne den zweiten Lockdown im November 2020 zu berücksichtigen. Somit können sich die aktuellen Einschätzungen zur wirtschaftlichen und unternehmerischen Lage von der dargestellten Situation unterscheiden.

Bei einigen Fragen wird ein Indexwert angegeben, bei dem die Differenz der Prozentwerte der positiven und der negativen Antworten ermittelt wird. Bei dieser Methode werden Antworten „in der Mitte“ neutral gewertet. Im Sinne einer leichteren Lesbarkeit sind in dieser Studie nicht alle Fragen und Ergebnisse enthalten. Sollten Sie an den vollständigen Ergebnissen interessiert sein, kontaktieren Sie uns bitte. Wir möchten uns bei allen Teilnehmern herzlich bedanken!

[1] Nähere Infos zur Teilnehmerstruktur finden Sie auf Seite 20.
[2] https://www2.deloitte.com/de/de/blog/economic-trend-briefings/2020/economic-trend-briefing-die-zeichen-stehen-auf-wachstum.html

Executive Summary 04

Wirtschaftliche Aussichten:
Die Zeichen stehen auf Erholung 06

Die deutsche Geschäftslage im
europäischen Vergleich 10

Unternehmensstrategie während
und nach COVID-19 12

Trends auf dem deutschen M&A-Markt 17

Teilnehmerstruktur 20

Executive Summary

Die durch COVID-19 ausgelöste Krise hat die deutsche Wirtschaft in eine tiefe Rezession geschickt, im zweiten Quartal ist das Bruttoinlandsprodukt um fast 10 Prozent eingebrochen. Seit dem Sommer mehren sich allerdings die Anzeichen für eine konjunkturelle Gegenbewegung.

Die Stimmungslage der CFOs ist am Ende des dritten Quartals tatsächlich überwiegend optimistisch. Die Geschäftsaussichten haben sich seit dem historischen Tief im März eindrucksvoll erholt, eine sehr deutliche Mehrheit sieht sich entweder in der Erholungsphase oder sogar bereits zurück auf dem Vorkrisen-Wachstumskurs.

Drei von vier Unternehmen sind bereits wieder auf Vorkrisen-Wachstumskurs oder in der Erholungsphase.

Mit dem Maßnahmenpaket der Regierung zur Bewältigung der Krise sind die deutschen CFOs generell zufrieden – vor allem der staatlichen Förderung durch Kurzarbeitergeld wird über alle Branchen hinweg eine hohe Wirksamkeit zugeschrieben. Andere Maßnahmen, wie die Senkung der Mehrwertsteuer, hatten laut den deutschen Finanzvorständen dagegen weniger Auswirkungen.

Über 50 Prozent der CFOs bewerten die Wirksamkeit der staatlichen Förderung durch das Kurzarbeitergeld als hoch oder sehr hoch.

Mit der Erholung der Geschäftsaussichten passen die Unternehmen auch ihre Geschäftsstrategien an. Während im Frühjahr der Fokus auf defensiven Strategien wie Kostensenkungen lag, sind deutsche CFOs mittlerweile wieder bereit, offensivere Strategien zu verfolgen. Dadurch treten neue Produkte und Dienstleistungen sowie Wachstum über Firmenübernahmen bzw. -zukäufe wieder in den Vordergrund.

Zwei Drittel der Unternehmen wollen auch nach dem Ende der Krise vermehrt auf Remote Working setzen.

Auch die generelle Investitionsbereitschaft hat sich deutlich verbessert. Investieren wollen die Unternehmen in erster Linie in die Optimierung von Organisation und Prozessen, ebenso wie in die Digitalisierung und generell eher in immaterielle Assets – ein Hinweis darauf, dass die COVID-19-Krise die Transformation in Richtung digitaler Wirtschaft beschleunigt hat.

Dabei sind sich die deutschen CFOs einig, dass die Pandemie auch langfristig einen Einfluss auf die Unternehmensstrategie und -prozesse haben wird. Besonders am Remote Working wollen CFOs festhalten – fast vier von zehn Unternehmen wollen Büroflächen reduzieren – genauso wie an den eingeführten digitalen Offerings ihrer Produkte und Dienstleistungen. Dadurch wird in Zukunft die Cyber-Absicherung der Unternehmen an Wichtigkeit gewinnen.

Auch das M&A-Geschäft nimmt wieder an Fahrt auf – die finanzielle Ausgangslage der Unternehmen scheint solide und viele CFOs glauben an Wachstumspotenzial in ihren Branchen. Politische und regulatorische Hürden bleiben jedoch ein großes Hindernis für viele Unternehmen. Priorität bei der M&A-Zielsetzung liegt bei den befragten CFOs vor allem auf der Bildung von strategischen Allianzen sowie der Gewinnung von Synergieeffekten.

Immaterielle Vermögenswerte dominieren die Investitionen – 61 Prozent der CFOs beabsichtigen, in die Optimierung von Organisation und Prozessen zu investieren.

Strategische Allianzen (62%) und Synergieeffekte (51%) sind die Top-Prioritäten der CFOs im derzeitigen M&A-Geschäft.

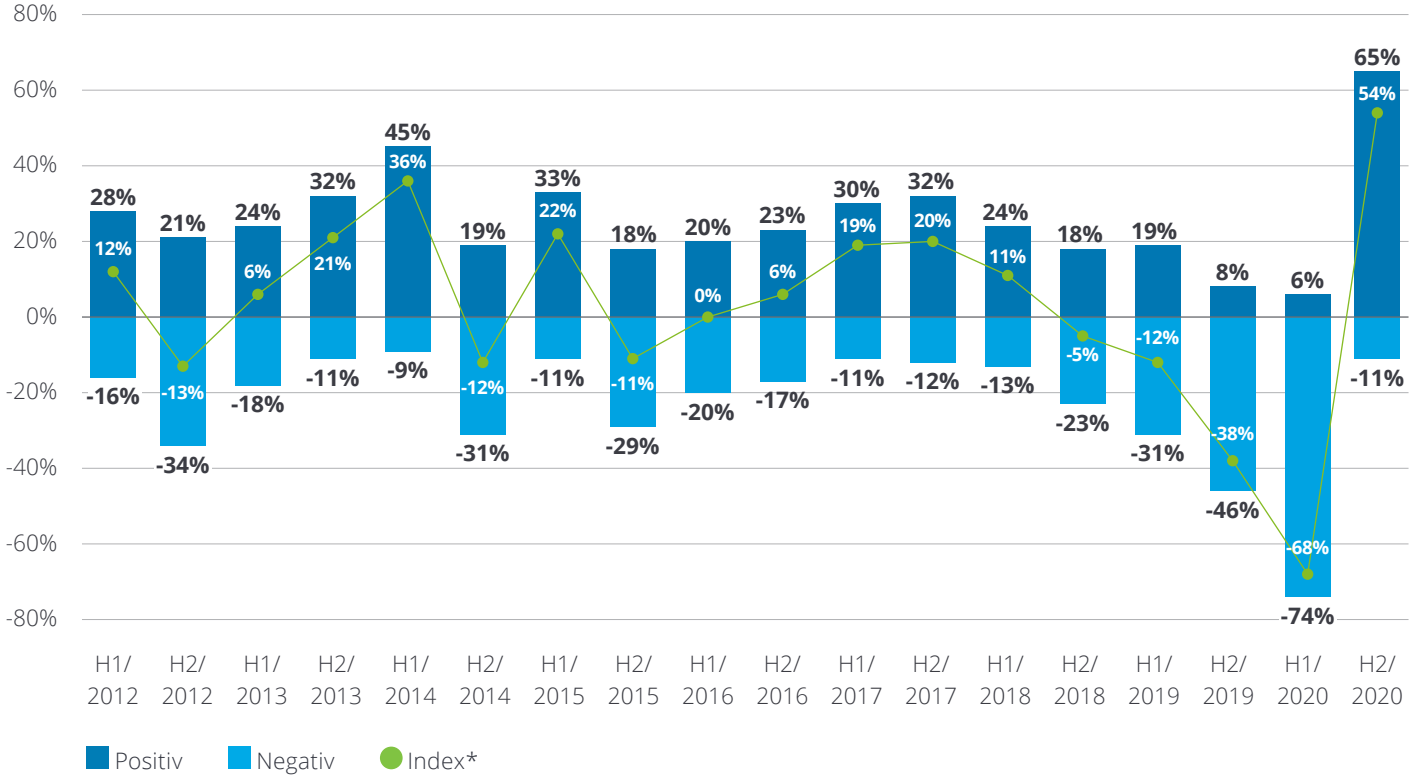
Wirtschaftliche Aussichten: Die Zeichen stehen auf Erholung

Geschäftsaussichten wieder deutlich im positiven Bereich
Die Geschäftsaussichten der Unternehmen waren im März tief gefallen. Mit einem Indexwert von -68 waren sie auf den niedrigsten Stand seit Beginn des CFO Survey 2012 zurückgegangen. Aktuell gibt es eine sehr dynamische Gegenbewegung und der Indexwert schnellt auf +54 zurück.

Zum Zeitpunkt der Befragung sind zwei Drittel positiver und nur jedes zehnte Unternehmen negativer gestimmt. Die optimistischere Bewertung zieht sich durch alle Branchen. Dabei muss allerdings bedacht werden, dass als Vergleichsmaßstab für die aktuellen Geschäftsaussichten die Einschätzung aus dem damaligen Höhepunkt der Krise dient.

Abb. 1 – Geschäftsaussichten

Frage: Wie beurteilen Sie die momentanen Geschäftsaussichten Ihres Unternehmens im Vergleich zu den Aussichten vor drei Monaten?



*Indexwert ist der Saldo aus erwarteten positiven und negativen Einschätzungen.

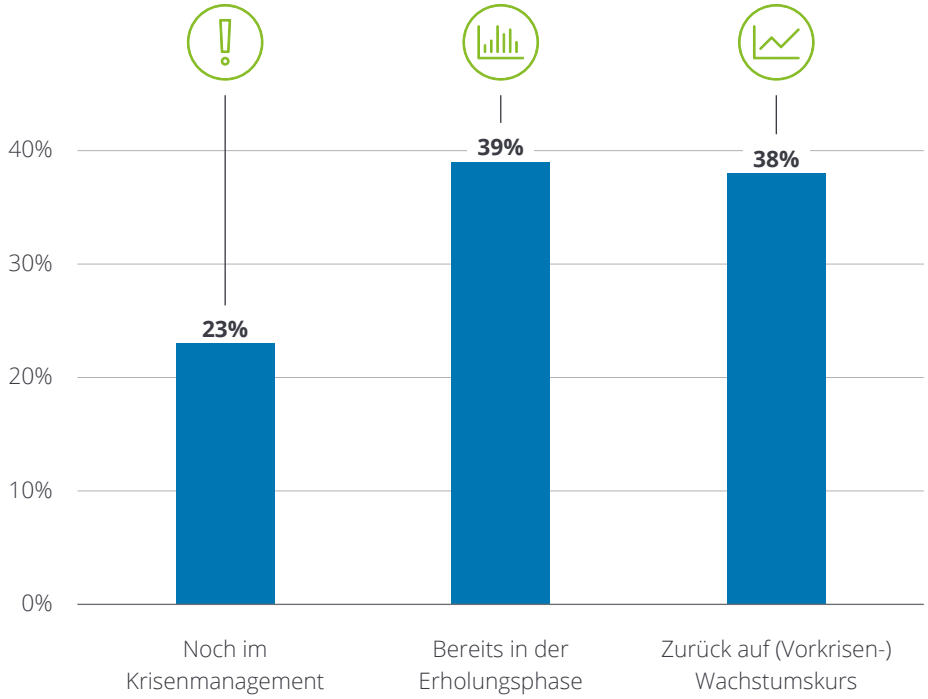
Über drei Viertel der Unternehmen sind in der Erholungsphase oder auf Wachstumskurs

Gleichzeitig, und dies ist sicher das stärkste Anzeichen für eine Trendwende, haben schon sehr viele Unternehmen die Krise ihrer eigenen Einschätzung nach weitgehend hinter sich gelassen. Nur noch 23 Prozent befinden sich im Modus des Krisenmanagements, 39 Prozent sehen sich bereits in der Erholungsphase und 38 Prozent sind schon zurück auf ihrem Vorkrisen-Wachstumskurs. Damit sind über drei Viertel der Unternehmen mindestens in der Erholungsphase.

Unternehmen, die noch im Krisenmodus sind, kommen überwiegend aus den Sektoren Maschinenbau (43%), Handel (38%) und Automobilindustrie (33%). Zurück auf Wachstumskurs sind vor allem die Konsumgüterindustrie (60%) und die Immobilienbranche (61%).

Abb. 2 – Phasen der COVID-19-Krise

Frage: In welcher Phase befindet sich Ihr Unternehmen hinsichtlich der aktuellen COVID-19-Krise?



Die überwiegende Zahl der Unternehmen ist bereits auf Erholungs- oder Wachstumskurs.

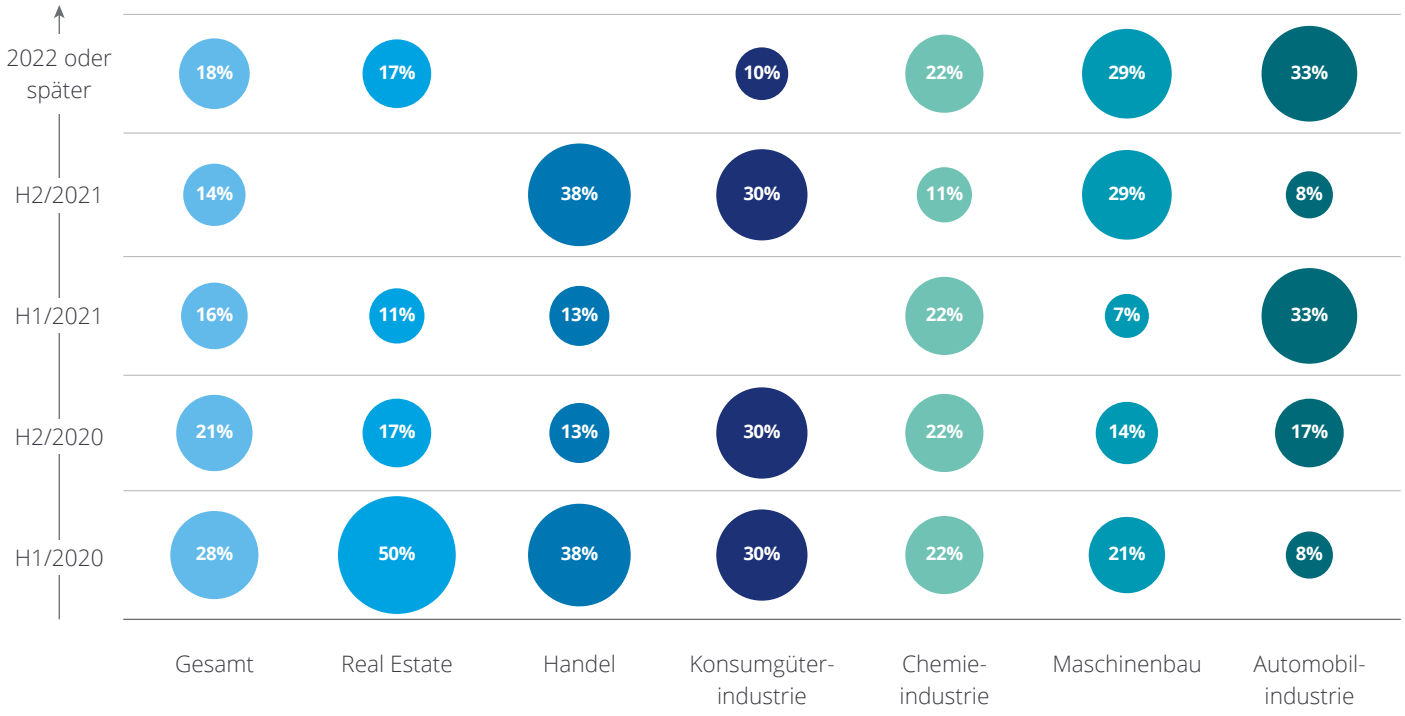
Umsatzverluste teilweise schon wieder ausgeglichen

Die Hälfte der Unternehmen sieht ihren Umsatz bereits in diesem Jahr wieder auf Vorkrisenniveau. Bei etwas mehr als einem Viertel der Befragten (28%) ist der Umsatz bereits jetzt wieder auf diesem Level, jeder Fünfte erwartet, dass er das Vorkrisenniveau im Laufe des Jahres 2020 erreichen wird. Etwas weniger als ein Viertel geht davon aus, dass sie diese Zielmarke erst 2022 oder später erreichen.

Vor allem die Immobilienindustrie und die Konsumgüterbranche rechnen mit einer raschen Rückkehr auf das Vorkrisenniveau, die Automobil- und die Maschinenbaubranche sind sehr viel pessimistischer. Hier erwartet ungefähr jeweils ein Drittel diese Rückkehr erst 2022 oder später.

Abb. 3 – Rückkehr des Umsatzes auf Vorkrisenniveau

Frage: Angesichts der Ihnen soweit vorliegenden Informationen: Wann erwarten Sie, dass Ihr Unternehmen wieder einen Umsatz erzielt, der dem Vorkrisenniveau entspricht?



Wirtschaftspolitische Maßnahmen als stützende Säule

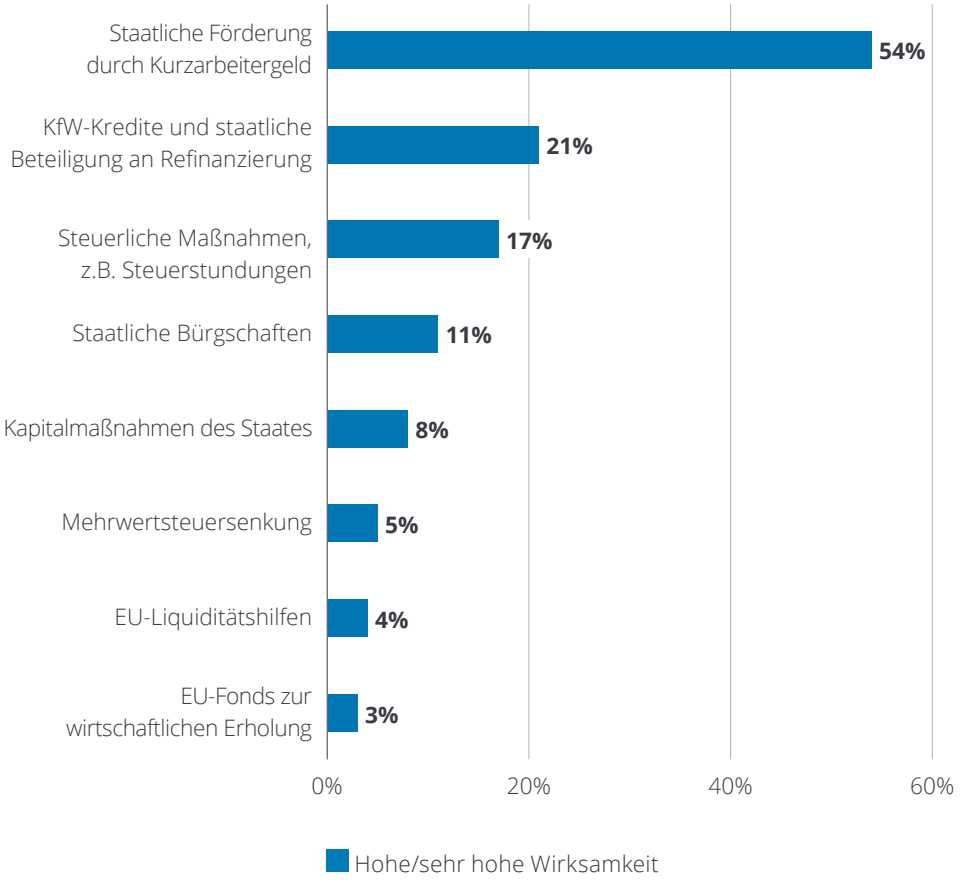
Dass das Maßnahmenpaket der Regierung positiv zum derzeitig optimistischen Ausblick beiträgt, darüber ist sich der Großteil der deutschen CFOs einig – fast die Hälfte der Unternehmen bewertet das Maßnahmenpaket als „gut" oder „sehr gut", ein Drittel als „befriedigend". Doch auch hier lassen sich Branchenunterschiede erkennen. Während CFOs in der Immobilienbranche besonders zufrieden mit den wirtschaftspolitischen Maßnahmen der Regierung sind bewertet im Handel und in der Automobilindustrie ein Viertel bzw. ein Drittel der Unternehmen diese nur als „ausreichend" oder „mangelhaft".

Bei der Wirksamkeit der konkret verabschiedeten Maßnahmen sehen deutsche Unternehmen in der staatlichen Förderung durch Kurzarbeitergeld einen klaren Gewinner – über die Hälfte der befragten CFOs schreibt dieser Maßnahme eine hohe oder sehr hohe Wirksamkeit zu. Besonders die Automobilindustrie (84%), der Handel (63%) und die Konsumgüterindustrie (60%) bestätigen die Wirksamkeit der Kurzarbeit für ihre Branche.

Auf Platz zwei und drei der wirksamsten wirtschaftspolitischen Maßnahmen folgen mit großem Abstand die von der KFW bereitgestellten Kredite und die staatliche Beteiligung an der Refinanzierung der Unternehmen sowie die steuerlichen Maßnahmen (z.B. Steuerstundungen). Gut ein Fünftel der CFOs bewertet die Wirksamkeit dieser Maßnahmen als hoch oder sehr hoch. Die Senkung der Mehrwertsteuer (5%) war laut den befragten Unternehmen keine sehr effektive Maßnahme – nur in der Konsumgüterindustrie konnte rund ein Fünftel der Unternehmen davon profitieren.

Abb. 4 – Wirksamkeit der wirtschaftspolitischen Maßnahmen

Frage: Welche Wirksamkeit haben/hatten die wirtschaftspolitischen Maßnahmen, die im Rahmen der Corona-Pandemie verabschiedet wurden, für Ihr Unternehmen?



Die deutsche Geschäftslage im europäischen Vergleich

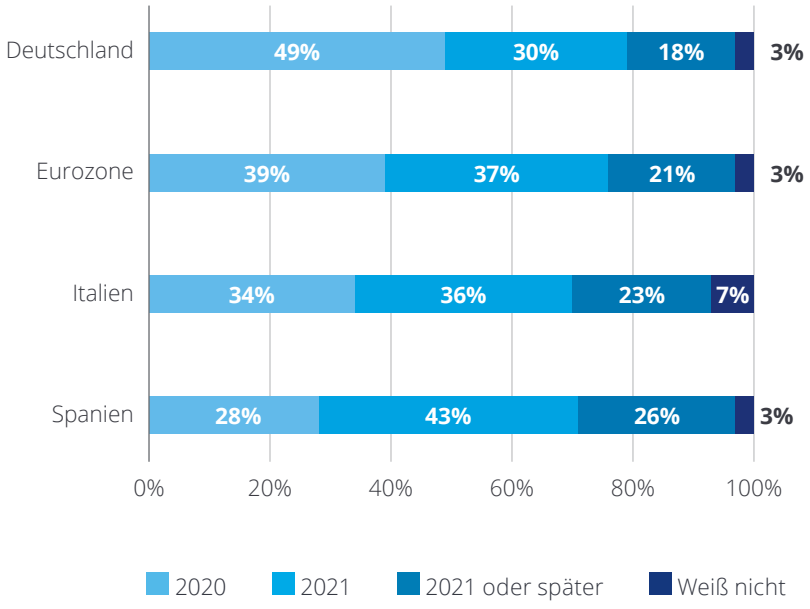
Auch in der Eurozone befinden sich die Geschäftsaussichten wieder im positiven Bereich – im European CFO Survey sehen 48 Prozent der Unternehmen die Geschäftslage optimistischer als noch vor drei Monaten und lediglich 26 Prozent pessimistischer.[3]

Auf Länderebene zeigt sich jedoch eine starke Spaltung zwischen den großen Mitgliedsländern der Eurozone. Während sich Deutschland bei den Geschäftsaussichten der CFOs bereits im starken positiven Bereich (Indexwert 54%) befindet, liegen diese in Italien (-5%) und Spanien (-25%) weiterhin im negativen Bereich.

Dementsprechend stark unterscheiden sich auch die Erwartungen der europäischen CFOs an eine Rückkehr ihres Umsatzes auf Vorkrisenniveau. Auch hier sind deutsche CFOs am optimistischsten – fast die Hälfte der deutschen Unternehmen glaubt an eine Erholung bereits 2020, in der Eurozone als Ganzes sind es knapp 40 Prozent. In Italien und Spanien erwartet der Großteil der CFOs eine Rückkehr auf Vorkrisenniveau erst im Laufe 2021, knapp ein Viertel sogar erst 2022 oder später.

Abb. 5 – Umsatzerwartungen im europäischen Vergleich

Frage: Angesichts der Ihnen soweit vorliegenden Informationen: Wann erwarten Sie, dass Ihr Unternehmen wieder einen Umsatz erzielt, der dem Vorkrisenniveau entspricht?



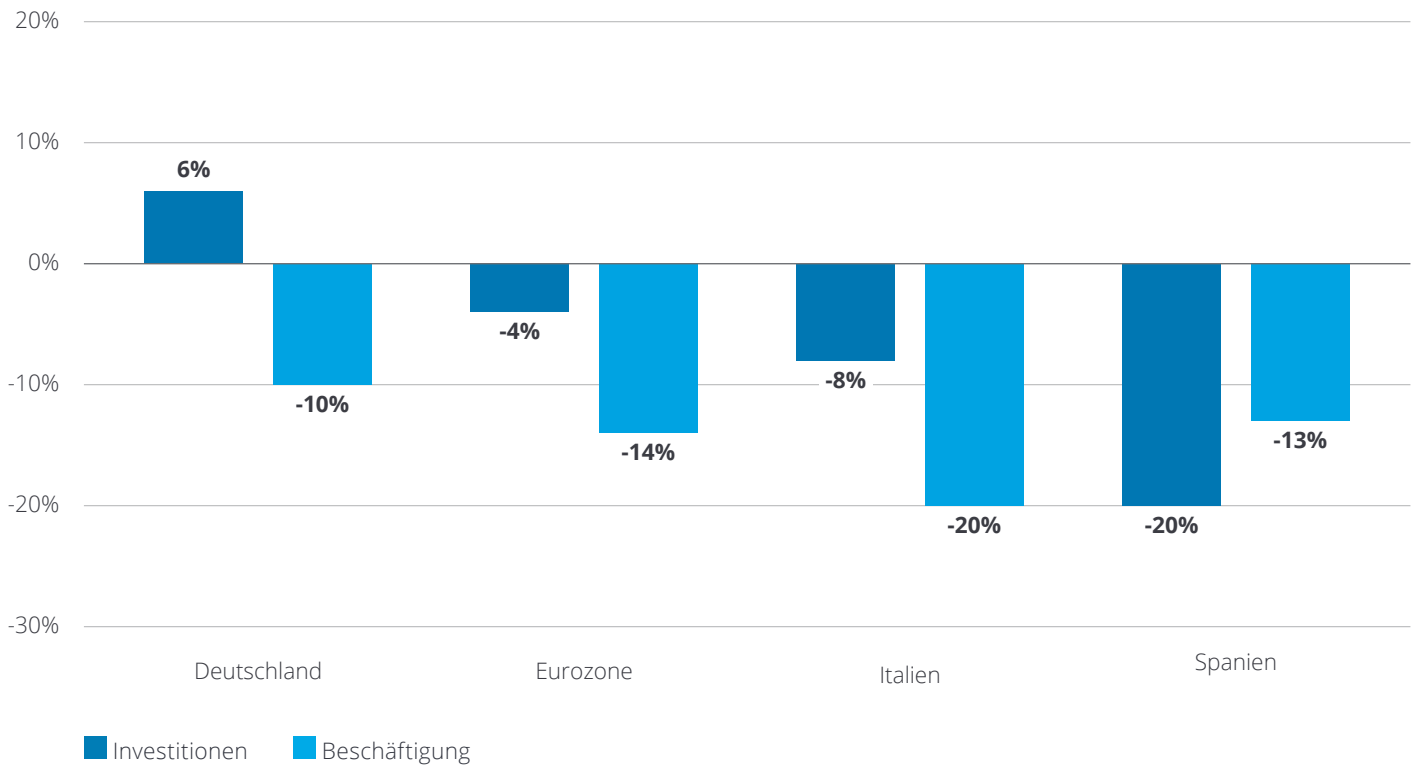
[3] Der Deloitte CFO Survey wird in Europa in 18 Ländern durchgeführt, an der aktuellen Erhebung haben über 1.500 CFOs teilgenommen. Die 18 Länder sind Deutschland, Dänemark, Griechenland, Irland, Island, Italien, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Russland, Schweden, Schweiz, Spanien, Türkei, Vereinigtes Königreich.

Die unterschiedliche Geschäftslage der einzelnen Regionen spiegelt sich auch in der Investitionsbereitschaft der Unternehmen wider. In Deutschland (Indexwert von 6%) sind bereits wieder mehr CFOs bereit, ihre Investitionsausgaben zu steigern. Dagegen bleibt die Investitionsbereitschaft in der Eurozone (-4%) und in Spanien (-8%) weiterhin knapp negativ. Italien (-20%) bildet hier das Schlusslicht im europäischen Vergleich – vier von zehn CFOs wollen ihre Investitionen hier in den nächsten zwölf Monaten zurückfahren.

Für die europäischen Arbeitsmärkte wird es in den nächsten zwölf Monate keinen Impuls geben – in allen großen Mitgliedsländern ist die Einstellungsbereitschaft negativ.

Abb. 6 – Investitions- und Einstellungsbereitschaft im europäischen Vergleich

Frage: Wie werden sich Ihrer Ansicht nach die folgenden Kenngrößen und Kennzahlen für Ihr Unternehmen über die nächsten zwölf Monate verändern? (Indexwerte*)



* Der Indexwert ist der Saldo der positiven (Anstieg) und negativen (Rückgang) Einschätzungen.

Unternehmens-strategie während und nach COVID-19

Unsicherheit bleibt – Strategien werden angepasst

Die aktuell guten Aussichten der Unternehmen werden von sehr großer Unsicherheit begleitet – über die Hälfte (54%) der befragten CFOs schätzt das momentane Niveau der Unsicherheit im ökonomischen und finanziellen Umfeld weiterhin als hoch oder sehr hoch ein. Umso mehr rückt die strategische Planung in den Vordergrund der Unternehmen.

Seit Beginn der Pandemie haben sich die strategischen Prioritäten der befragten CFOs bereits stark verschoben. Zwar liegt der Fokus weiterhin auf defensiven Strategien, wie Kostensenkungen (71%) und der Erhöhung des operativen Cashflows (56%). Mittlerweile rücken jedoch auch wieder offensivere Geschäftsstrategien in den Vordergrund, die den Firmen zu mehr Wachstum verhelfen sollen. Über die Hälfte der Befragten plant, neue Produkte oder Dienstleistungen einzuführen, ein Drittel der CFOs möchte Wachstum über Firmenübernahmen oder -zukäufe forcieren. Ein Viertel der Unternehmen hat vor, in neue Märkte zu expandieren – ein Plus von 17 Prozentpunkten gegenüber dem Frühjahr 2020.

Die Automobilindustrie und der Handel setzen den Fokus dabei weiterhin auf defensive Strategien – rund 90 Prozent der Unternehmen in diesen Branchen konzentrieren sich auf mögliche Kostensenkungen. In der Chemie- und Konsumgüterindustrie sind offensive und defensive Geschäftsstrategien dagegen ausgeglichener. Neben Kostensenkungen fokussieren sich die CFOs in diesen Sektoren auch auf die Einführung neuer Produkte und die Erhöhung der Investitionsausgaben.

Abb. 7 – Geschäftsstrategien

Frage: Welche der folgenden Geschäftsstrategien werden für Ihr Unternehmen in den nächsten zwölf Monaten hohe Priorität haben?

	Herbst 2020	Frühjahr 2020	Trend
Kostensenkungen	71%	78%	-7%
Erhöhung des operativen Cashflows	56%	48%	+8%
Einführung neuer Produkte/Dienstleistungen	52%	34%	+18%
Wachstum durch Firmenübernahmen/-zukäufe	32%	18%	+14%
Expansion in neue Märkte	25%	8%	+17%
Erhöhung der Investitionsausgaben (CAPEX)	22%	16%	+6%
Reduzierung der Verschuldung	20%	20%	±0%
Verkauf von Vermögenswerten	9%	3%	+6%

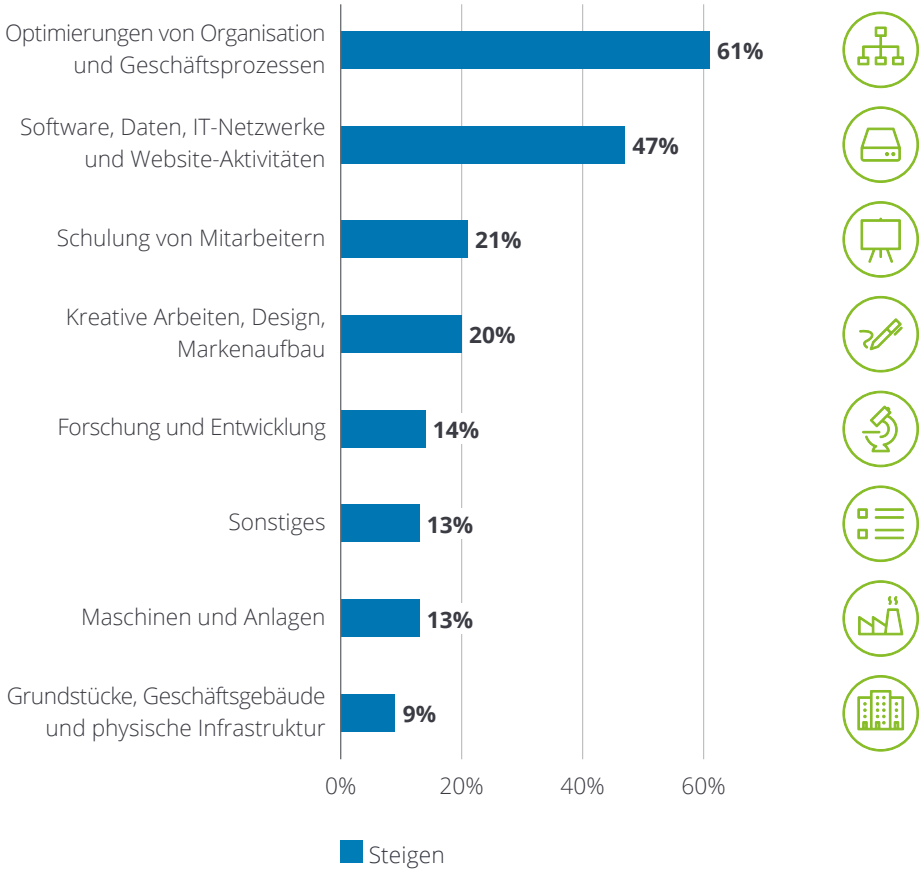
Investitionen vor allem in Digitalisierung und Optimierung

Die Investitionsbereitschaft war in der Frühjahrsausgabe des CFO Survey tief gefallen, der Indexwert lag bei -47. Aktuell erholt sich dieser Wert deutlich und schafft es sogar knapp in den positiven Bereich. Dies bedeutet, dass mehr befragte Unternehmen ihre Investitionen erhöhen als senken wollen. Auch hier zeigen sich allerdings starke branchenspezifische Unterschiede. In der Automobilindustrie ist die Investitionsbereitschaft negativ, ebenso im Maschinenbau. Deutlich positiver zeigt sich jedoch vor allem der Chemiesektor bezüglich seiner Investitionsplanung.

Die Unternehmen unterscheiden sehr stark, in welche Bereichen sie investieren wollen. Klassische Investitionen in Maschinen, Anlagen und Gebäude befinden sich momentan ganz unten auf der Prioritätenliste. Dagegen stehen die Optimierung von Organisation und Prozessen sowie Investitionen in die Digitalisierung sehr weit oben. In die Optimierung wollen 61 Prozent investieren, in Software, Daten, Netzwerke und Webseiten knapp die Hälfte (47%). Weitere Schwerpunkte stellen die Schulung von Mitarbeitern (21%) sowie Design und Branding (20%) dar. Damit dominieren Investitionen in immaterielle Vermögenswerte sehr stark – ein Zeichen, dass die COVID-19-Krise die Transformation in Richtung digitale Wirtschaft noch einmal stark beschleunigt hat.

Abb. 8 – Post-COVID-19-Investitionen

Frage: Wie werden sich über die kommenden zwölf Monate im Vergleich zur Situation vor der COVID-19-Pandemie die Investitionen Ihres Unternehmens in den folgenden Bereichen ändern?



Langfristige Auswirkung von COVID-19 auf die Unternehmensstrategie

Viele der Maßnahmen, die während der Krise adaptiert wurden bzw. werden mussten, dürften fester Bestandteil der Unternehmensstrategie bleiben. 85 Prozent der CFOs sind sich sicher, dass die Pandemie auch langfristig einen Einfluss auf ihre Unternehmensstrategie und -prozesse haben wird. Im Vordergrund steht dabei das Remote Working. Während viele Unternehmen während der Pandemie gezwungen sind, auf Homeoffice umzustellen, wollen nun auch zukünftig zwei Drittel der befragten CFOs vermehrt auf Remote Working setzen.

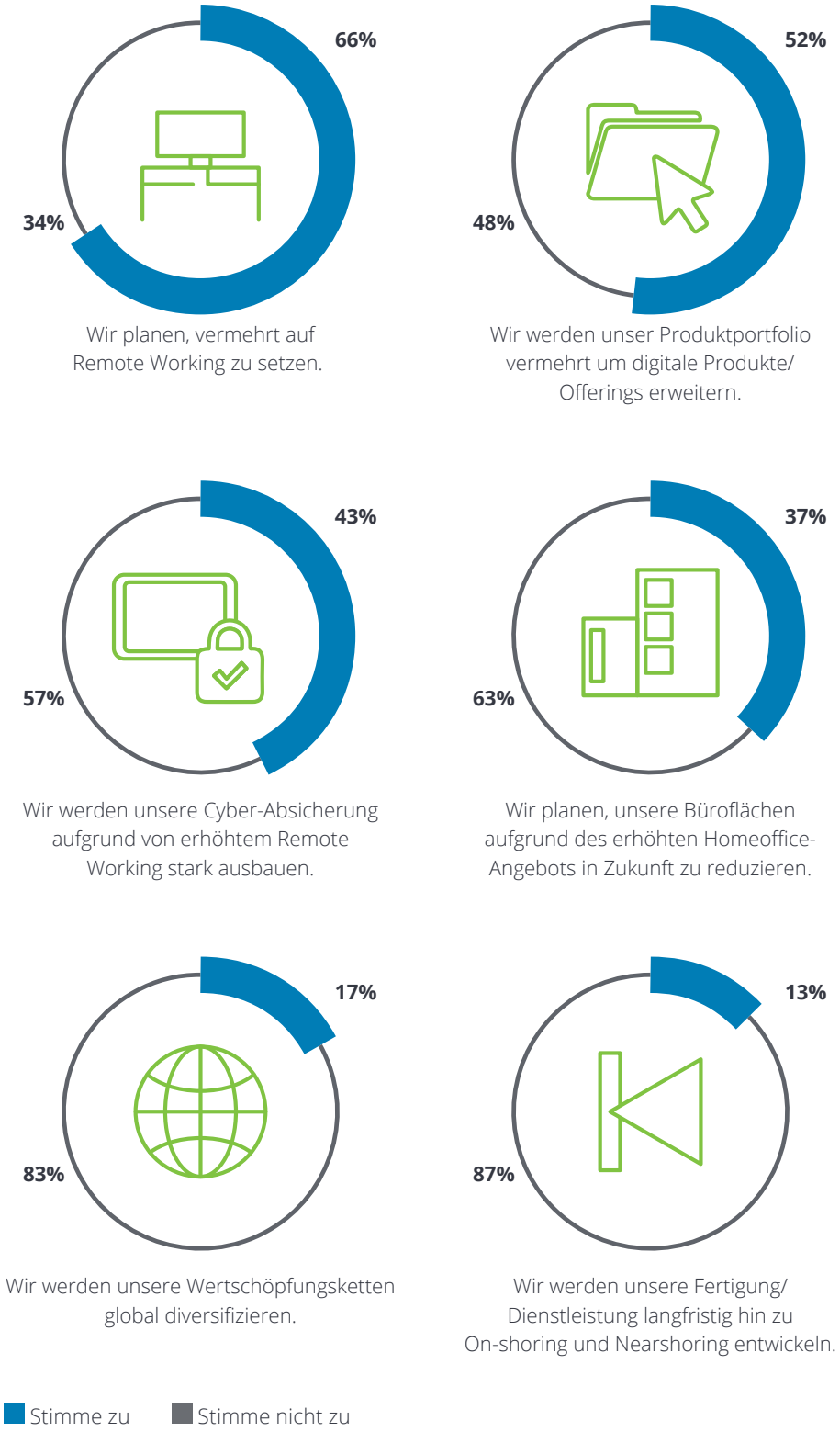
Auch die Rolle von digitalen Offerings im Produktportfolio hat sich während der Krise bewährt. Über die Hälfte der Unternehmen plant, ihre Produkte und Dienstleistungen um digitale Offerings zu erweitern, in der Automobilindustrie sind es sogar zwei Drittel der CFOs.

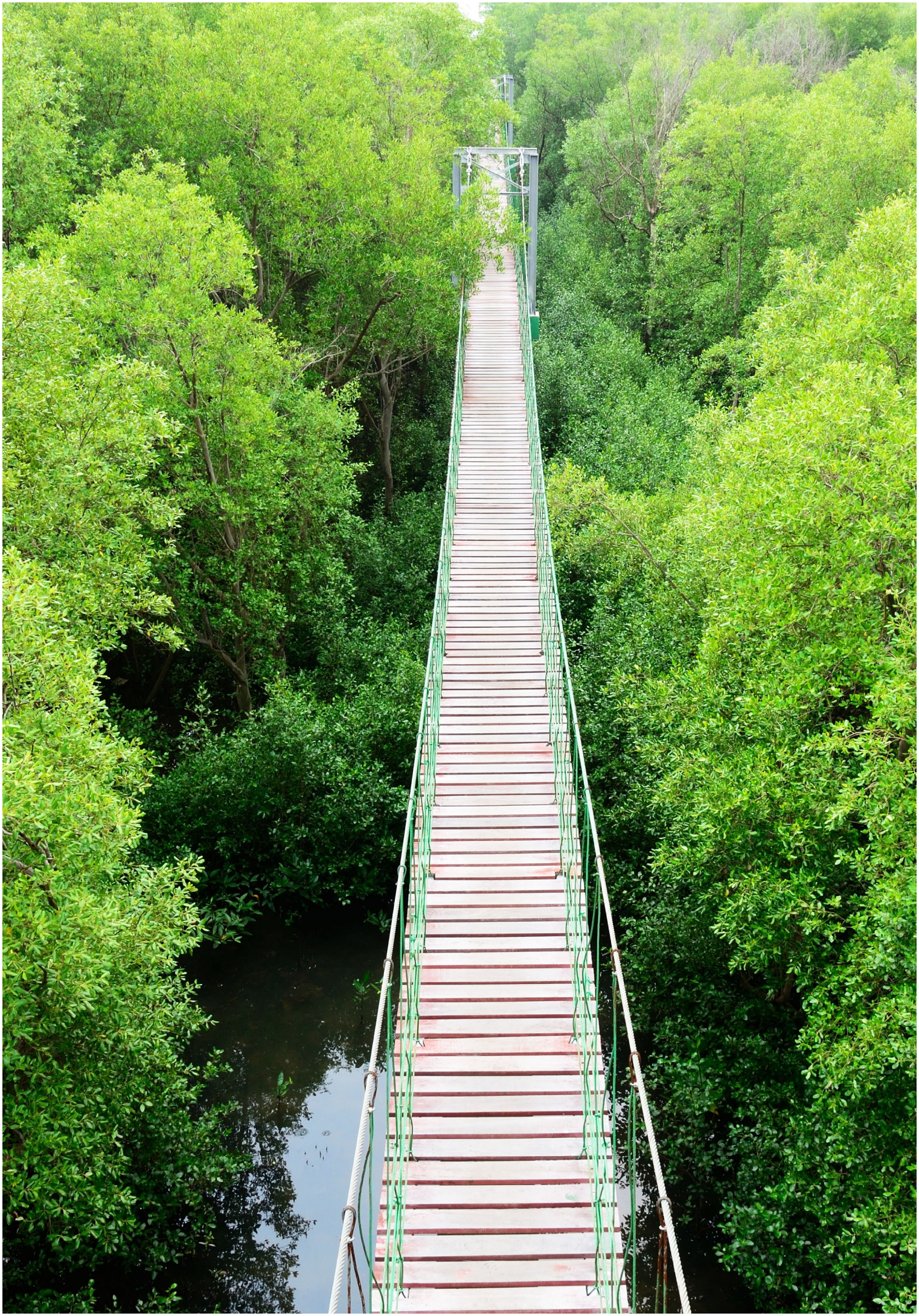
Durch die erhöhte Nutzung von Homeoffice und digitalen Produkten rückt die Cyber-Absicherung der Unternehmen erneut in den Fokus. 43 Prozent der CFOs wollen diese zukünftig dementsprechend stark ausbauen. Remote Working hat auch Auswirkungen auf die benötigten Büroflächen der Unternehmen. Fast vier von zehn CFOs wollen diese aufgrund des erhöhten Homeoffice-Angebots in Zukunft reduzieren.

Die durch die Pandemie ausgelösten Unterbrechungen in der Lieferkette haben einige Finanzvorstände dazu veranlasst, diesen Bereich mit einem neuen, kritischen Blick zu betrachten. Besonders in der Automobil- und Konsumgüterindustrie könnte die Pandemie als eine Gelegenheit zur Diversifizierung gesehen werden. Ein Drittel der CFOs in diesen Branchen plant, die Wertschöpfungsketten global zu diversifizieren. Ein Viertel der Unternehmen in der Automobilindustrie hat vor, die Fertigung langfristig hin zu On- bzw. Nearshoring zu entwickeln.

Abb. 9 – Langfristige Auswirkungen von COVID-19 auf Strategien und Prozesse

Frage: Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie in Bezug auf die Post-COVID-19-Zeit zu?





Trends auf dem deutschen M&A-Markt

M&A rückt wieder in den Vordergrund

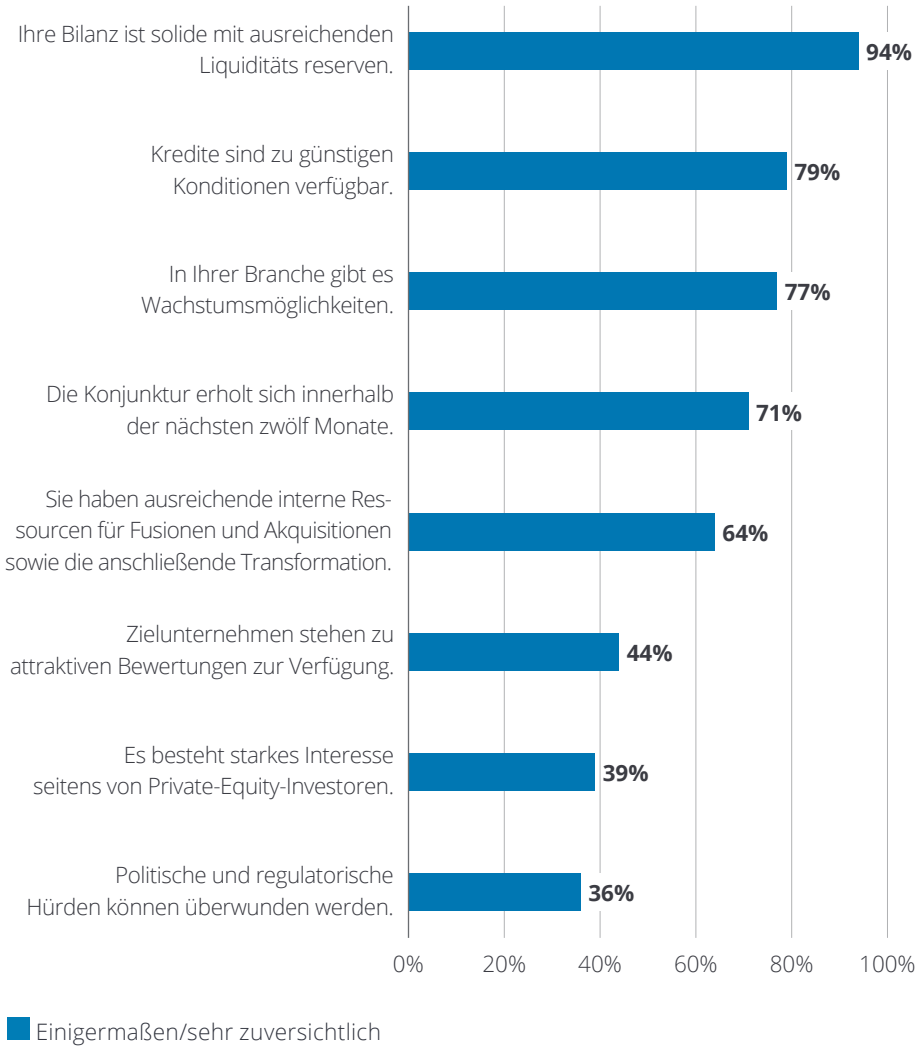
Als die Pandemie zum ersten Mal zuschlug, hatten Liquidität und Cashflow die oberste Priorität. Unternehmen bemühten sich darum, ihre Schulden abzusichern und ihre Finanzierungsquellen zu diversifizieren. Mittlerweile stehen bei vielen Unternehmen die Zeichen wieder auf Wachstum und potenzielle Übernahmen sowie Konsolidierungsmöglichkeiten kehren für CFOs zurück auf die Agenda.

Die Ausgangslage für mögliche M&A-Aktivitäten scheint in vielen deutschen Unternehmen gut zu sein – über 90 Prozent der befragten CFOs geben an, dass ihre Bilanz solide und mit ausreichend Liquiditätsreserven ausgestattet ist. Drei Viertel der Unternehmen sehen Wachstums chancen in ihrem Sektor. Zwei Drittel sind zuversichtlich, ausreichende interne Ressourcen für potenzielle Fusionen und Akquisitionen sowie die anschließende Transformation zur Verfügung zu haben.

Wesentliche Knackpunkte dürften somit nicht die finanzielle Lage der Unternehmen sein, sondern eher regulatorische bzw. politische Hürden. Während vier von zehn CFOs glauben, dass Zielunternehmen zu attraktiven Bewertungen zur Verfügung stehen würden, ist nur ein Drittel der Unternehmen zuversichtlich, dass die regulatorischen und politischen Hürden für die Transaktionen überwunden werden könnten.

Abb. 10 – M&A-Faktoren

Frage: Folgende Faktoren könnten Einfluss auf Ihre M&A-Entscheidungen haben. Wie zuversichtlich sind Sie im Hinblick auf diese Faktoren?

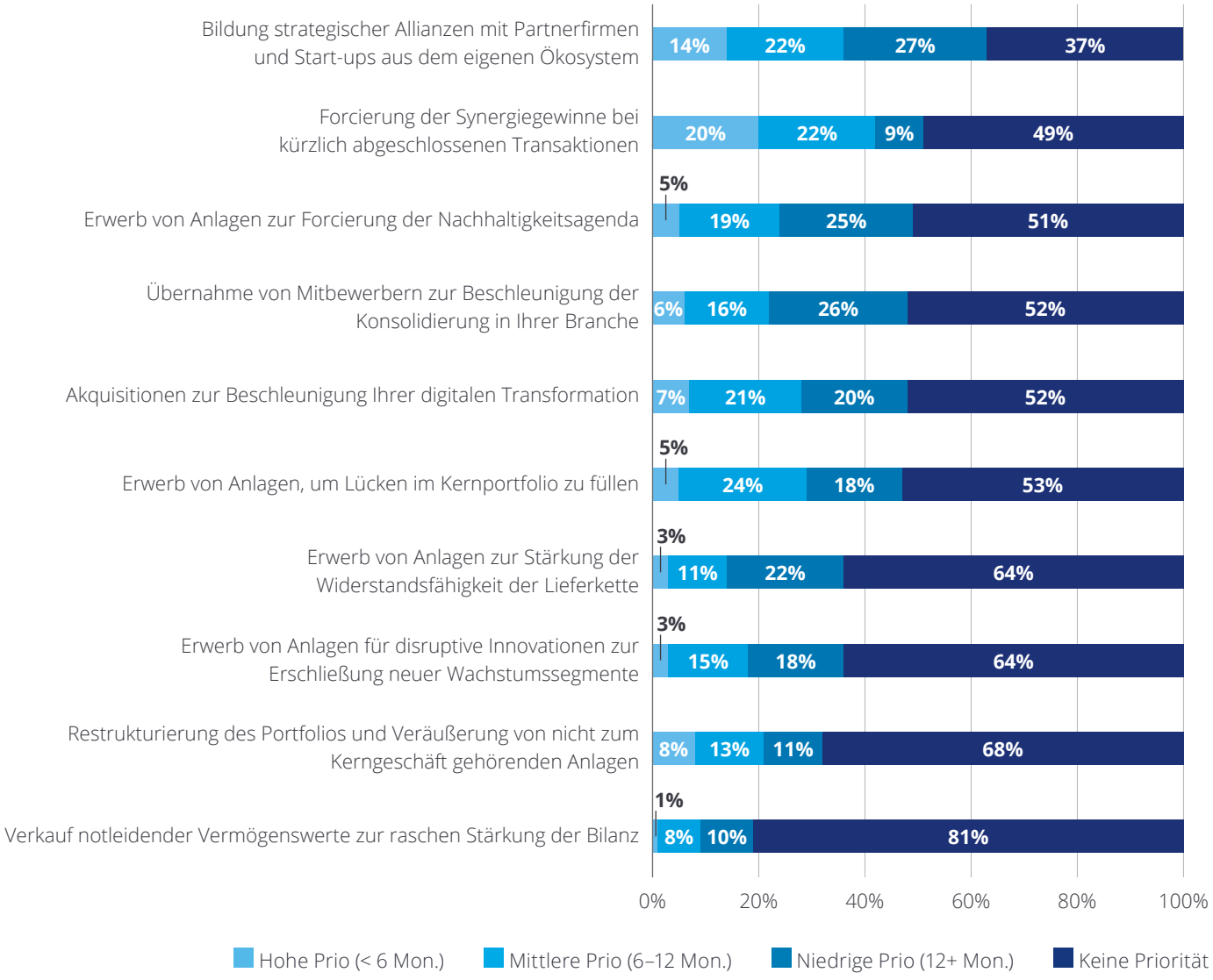


Priorität liegt auf strategischen Allianzen und Synergiegewinnen
Höchste Priorität bei den M&A-Zielen der Befragten hat vor allem die Bildung strategischer Allianzen mit Partnerfirmen und Start-ups aus dem eigenen Ökosystem (62%) – vor allem Unternehmen in der Automobil- (80%) und der Chemieindustrie (100%) richten ihre M&A-Ziele dahingehend aus. Auch die Forcierung von Synergiegewinnen bei kürzlich abgeschlossenen Transaktionen (51%) spielt eine wichtige Rolle.

Neben der Beschleunigung der Konsolidierung in der jeweiligen Branche (48%) wollen die befragten CFOs die Akquisitionen auch dafür nutzen, ihre eigene Nachhaltigkeitsagenda (49%) sowie die eigene digitale Transformation (48%) voranzutreiben. Während CFOs in der Automobilbranche den Fokus dabei vor allem auf die digitale Transformation legen (70%), spielt in der Konsumgüterindustrie Nachhaltigkeit eine größere Rolle bei der M&A-Zielsetzung (67%).

Abb. 11 – M&A-Ziele

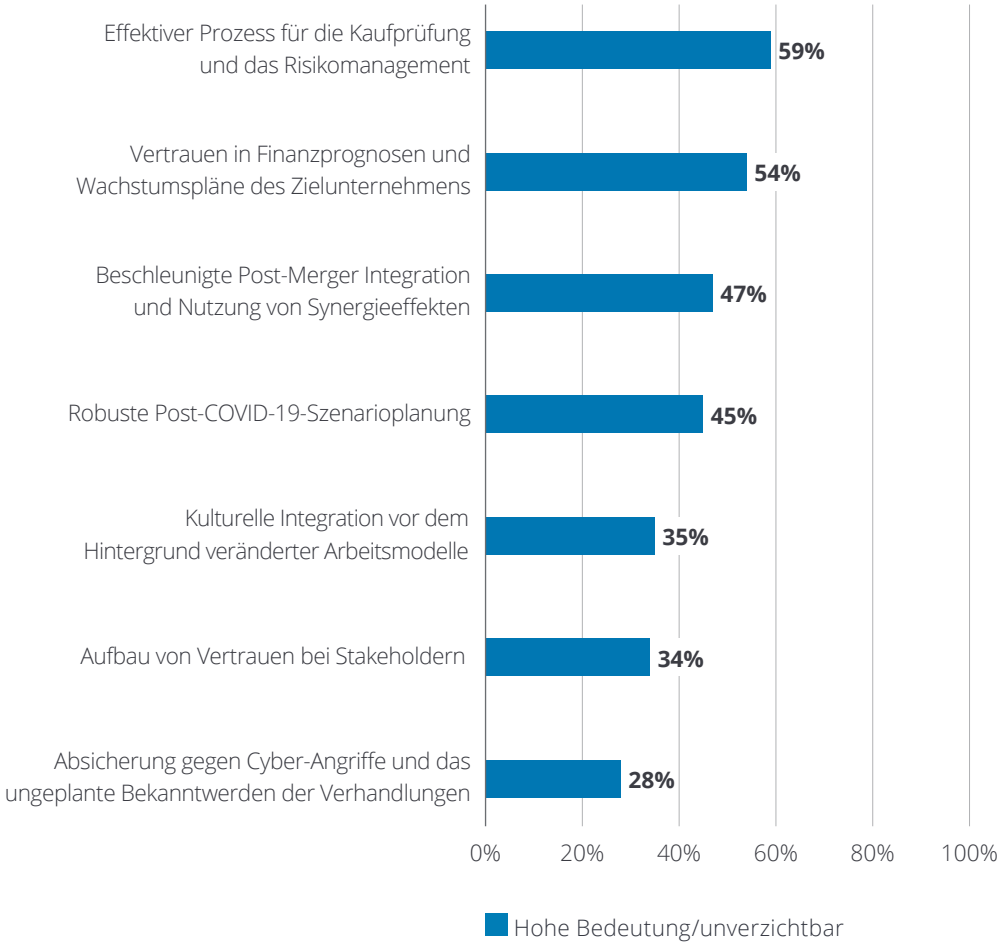
Frage: Inwieweit stellen die folgenden M&A-Ziele eine Priorität für Ihr Unternehmen dar?



Bei der Ausführung von M&A-Transaktionen selbst ist ein effektiver Prozess für die Kaufprüfung und das Risikomanagement für die befragten Unternehmen unverzichtbar (59%). Darüber hinaus spielt für über die Hälfte der Finanzvorstände das Vertrauen in die Finanzprognosen und Wachstumspläne des Zielunternehmens eine wichtige Rolle. Um potenzielle Synergieeffekte schnell nutzbar zu machen, setzt knapp die Hälfte der Unternehmen außerdem den Fokus auf eine beschleunigte Post-Merger Integration (47%).

Abb. 12 – M&A-Transaktionen

Frage: Was sind Ihre Prioritäten bei der Ausführung von M&A-Transaktionen?



Teilnehmerstruktur

Abb. 13 – Branchenzugehörigkeit

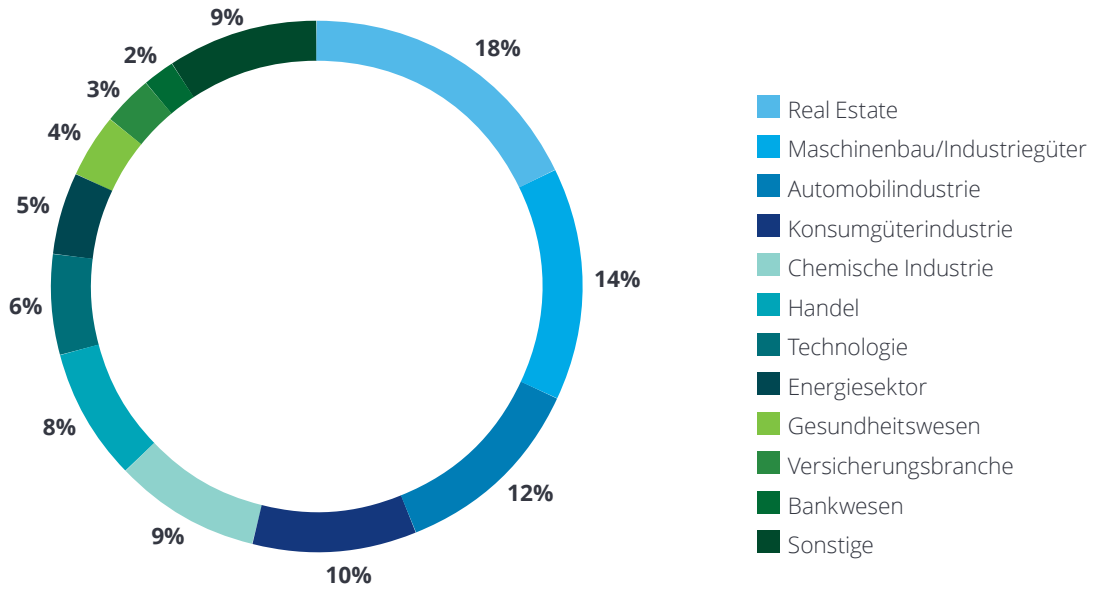
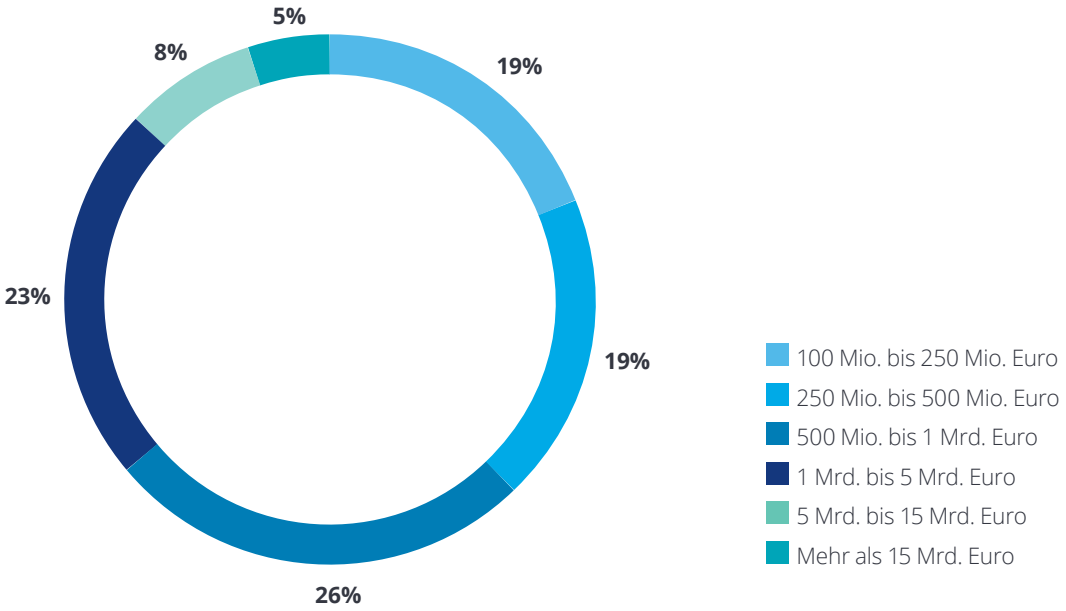


Abb. 14 – Umsatz



Ansprechpartner

Rolf Epstein
Partner CFO Program
Tel: +49 (0)69 97137 409
repstein@deloitte.de

Markus Seeger
Director CFO Program
Tel: +49 (0)69 97137 421
mseeger@deloitte.de

Dr. Alexander Börsch
Director Research
Tel: +49 (0)89 29036 8689
aboersch@deloitte.de

Wenn Sie an unserem Survey teilnehmen wollen, die Ergebnisse diskutieren möchten oder Anregungen für uns haben, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

www.deloitte.com/de/cfosurvey

Deloitte.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden, und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk") erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL"), eine „private company limited by guarantee" (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global" genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für die rund 312.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Stand 11/2020