



Flossbach von Storch
RESEARCH INSTITUTE

UNTERNEHMEN 22/09/2026

Was wird aus dem Lebenswerk, wenn die Kinder nicht übernehmen?

von PHILIPP IMMENKÖTTER & GIAN-LUCA SIEMON

Zusammenfassung

Immer mehr Familienunternehmen im deutschen Mittelstand finden keinen Nachfolger aus der eigenen Familie. Der Verkauf des Unternehmens gewinnt zunehmend an Bedeutung. Diese Studie analysiert die Gründe für die Entwicklung, den Markt für Unternehmen und den Transaktionsprozess. Dabei wird aufgezeigt, welchen Herausforderungen die Familienunternehmer gegenüberstehen.

Abstract

An increasing number of family businesses in the German Mittelstand are unable to find a successor from within their own family. As a result, selling the family firm is becoming more important. This study analyzes the reasons behind this development, the market for private companies, and the transaction process. In doing so, it highlights the challenges that family business owners face.



1. Einleitung

Familienunternehmen machen 88 Prozent aller Unternehmen in Deutschland aus, stellen rund 58 Prozent der privatwirtschaftlichen Arbeitsplätze und erwirtschaften 46 Prozent des privatwirtschaftlichen Umsatzes (Stiftung Familienunternehmen 2025). Jedoch stehen Familienunternehmer zunehmend vor einem Problem, da die Unternehmer älter werden und die Nachfolge häufig nicht gesichert ist. Nach Erhebungen des ifo Instituts und der Stiftung Familienunternehmen planen im Jahr 2023 rund 43 Prozent der Familienunternehmen in den darauffolgenden drei Jahren eine Nachfolge (Garnitz et al. 2023).

Familienunternehmen zeichnen sich durch den bestimmenden Einfluss der Eigentümerfamilie aus, die die Anteile am Unternehmen hält und es meist auch selbst führt.¹ Aus der engen Verbindung von Familie und Betrieb erwächst für eine Unternehmerfamilie ein nicht-finanzieller, ideeller Wert, der als sozioemotionales Vermögen bezeichnet wird (Gómez-Mejía et al. 2007). Um dieses sozioemotionale Vermögen über Generationen zu erhalten und auszubauen, streben Unternehmerfamilien in der Regel eine familieninterne Nachfolge an (Berrone et al. 2012; Schwartz 2026).

Doch die präferierte familieninterne Nachfolge ist in den vergangenen Jahren zunehmend unter Druck geraten. 49 Prozent der von den IHKs beratenen Unternehmer geben an, dass sie keinen passenden Nachfolger für ihr Unternehmen finden (DIHK 2025). Die KfW zeigt, dass der Anteil von familieninternen Übergaben an allen Unternehmensübergaben von 2016 bis 2019 um 7 Prozentpunkte von 41 Prozent auf 34 Prozent gefallen ist (Leifels 2020). Während der Wunsch nach einer Übergabe innerhalb der Familie stabil ist, entsteht eine Lücke auf der Seite der nachfolgenden Generation. Diese legt mehr Wert auf Eigenverantwortung und Selbstbestimmung, weshalb die potenziellen Nachfolger sich aus dem Automatismus der Familiennachfolge zu lösen scheinen. Zudem verschärft die demografische Entwicklung die Lage. Der Verkauf des Familienunternehmens wird daher für einen großen Teil der Unternehmer zur Ausweichlösung.

Mit einem Verkaufsanliegen begibt sich ein Inhaber auf einen professionalisierten

¹ Es wird zwischen familienkontrollierten Unternehmen und eigentümergeführten Familienunternehmen unterschieden. Ein familienkontrolliertes Unternehmen ist ein Unternehmen, das mehrheitlich im Eigentum von bis zu drei natürlichen Personen liegt. Bei einem eigentümergeführten Familienunternehmen muss zusätzlich mindestens einer der Eigentümer aktiv an der Geschäftsleitung beteiligt sein. Familienkontrollierte Unternehmen machen 88 Prozent aller Unternehmen in Deutschland aus, stellen 58 Prozent der privatwirtschaftlichen Arbeitsplätze und erwirtschaften 46 Prozent des privatwirtschaftlichen Umsatzes. Eigentümergeführte Familienunternehmen machen 86 Prozent aller Unternehmen aus, stellen 54 Prozent der Arbeitsplätze und erwirtschaften 43 Prozent des Umsatzes (Stiftung Familienunternehmen 2025).



Markt für Unternehmenstransaktionen. Dieser Markt umfasst nach einer Schätzung von PwC ein jährliches Transaktionsvolumen in Deutschland von etwa 135 Mrd. Euro.² Der Verkäufer trifft dort auf unterschiedliche Käufergruppen wie strategische Käufer, Finanzinvestoren oder private Käufer, die sich in ihren Zielsetzungen unterscheiden.

Am beobachtbaren Transaktionsmarkt sind etwas mehr als 60 Prozent der Erwerber strategische Käufer, während Finanzinvestoren (meist Private Equity) etwa 40 Prozent ausmachen. In der Theorie ist die Zahlungsbereitschaft der strategischen Erwerber höher als die der Finanzinvestoren, weil strategische Erwerber Synergien realisieren können (Baldi / Salvi 2022). Im Gegensatz dazu zeigt sich in den vergangenen Jahren, dass Finanzinvestoren eine höhere Zahlungsbereitschaft hatten (Argos Wityu / Epsilon Research 2026). Zu Beginn des Jahres 2026 waren Finanzinvestoren bereit, 10x EBITDA zu bezahlen, während strategische Erwerber nur 7,8x EBITDA zahlten. Ein Grund hierfür sind die derzeit hohen verfügbaren nichtinvestierten Mittel (Dry Powder) der Private Equity Fonds.

Eine Transaktion am Unternehmensmarkt kann sich über mehrere Jahre erstrecken, weil die Übergabe komplex und mit Unwägbarkeiten verbunden ist. Der Transaktionsprozess ist daher auf einen schrittweisen Abbau von Informationsasymmetrien ausgelegt. Für Unternehmerfamilien ist deshalb eine adäquate Vorbereitung auf den Transaktionsprozess wichtig.

Die vorliegende Studie ist wie folgt gegliedert. In Kapitel 2 wird beleuchtet, welche Determinanten zu dem strukturellen Wandel bei Nachfolgen im Mittelstand geführt haben. In Kapitel 3 wird der Markt für Unternehmen vorgestellt. Es wird auf die Motive und Ziele der Käufergruppen eingegangen sowie auf die Abwägungsentscheidung des Verkäufers. In Kapitel 4 werden der Transaktionsprozess aus Sicht des Verkäufers beleuchtet und die wichtigsten Transaktionshemmnisse herausgearbeitet. Kapitel 5 legt die Schlussfolgerungen dar.

2. Struktureller Wandel bei Nachfolge in mittelständischen Familienunternehmen

In Deutschland werden Familienunternehmen typischerweise in den Mittelstand eingeordnet, welcher jedoch nicht klar abgegrenzt ist. Qualitative Abgrenzungen, die auf Eigentums- und Führungsstruktur abstellen, stehen neben quantitativen, größenbezogenen Abgrenzungen.³ Diese Studie folgt der Abgrenzung des Instituts

² Die Schätzung stammt aus dem PwC M&A Deals Insights (2025). Das Transaktionsvolumen der DACH-Region beträgt 177 Mrd. Euro. Auf Deutschland entfallen 76 Prozent der Transaktionen.

³ Zur qualitativen und quantitativen Abgrenzung siehe Rieger-Fels et al. (2025) oder Schwartz (2026).



für Mittelstandsforschung (IfM), wonach sich der Mittelstand über die Einheit von Eigentum und Leitung, mithin unabhängig von der Unternehmensgröße, definiert (Institut für Mittelstandsforschung 2026). Die Begriffe Mittelstand und Familienunternehmen werden im Folgenden als Synonyme verwendet.

Die Nachfolge bei mittelständischen Unternehmen unterliegt einem Wandel, welcher sowohl von Veränderungen in der aktuellen Unternehmergeneration als auch in der Nachfolgergeneration angetrieben wird.

2.1. Gesellschaftlicher Kontext und Optionen

Eine Unternehmensnachfolge beschreibt den Prozess, bei dem ein geschäftsführender Unternehmensinhaber das Eigentum und die Leitung seines Unternehmens abgibt. Sie ist ein unausweichlicher Bestandteil des unternehmerischen Lebens und Teil des unternehmerischen Prozesses (DeTienne 2010). Auslöser sind in der Regel der Eintritt in den Ruhestand, oft verbunden mit gesundheitlichen Gründen (Rieger-Fels et al. 2025).

Wie diese Übergabe gestaltet wird, wird in Deutschland traditionell vom Selbstverständnis der Unternehmer des Mittelstands geprägt. Die Unternehmerfamilie ist ihrem Betrieb eng verbunden (siehe z.B. Berghoff 2006) und sieht einen ideellen, nicht-finanziellen Wert, der auch als sozioemotionales Vermögen bezeichnet wird (Gómez-Mejía et al. 2007).⁴ Die familieninterne Nachfolge ist deshalb die präferierte Nachfolgeoption, die jedoch seltener wird.⁵

Das Durchschnittsalter der Unternehmer ist zwischen 2003 und 2025 von 45 auf 54 Jahre angestiegen (Abb. 1), sodass das Nachfolgeproblem dringlicher wird. Inhaber, die eine baldige Nachfolge anstreben, sind im Durchschnitt 66,5 Jahre alt (Schwartz 2026). Die Nachfolge kann auf drei verschiedene Weisen erfolgen. Erstens wird das Unternehmen – meist unentgeltlich – an ein Familienmitglied übertragen. Zweitens kann der Unternehmer das Unternehmen aufgeben. Drittens wird das Unternehmen verkauft – entweder an interne Mitarbeiter, die das Unternehmen gut kennen, oder an Dritte.

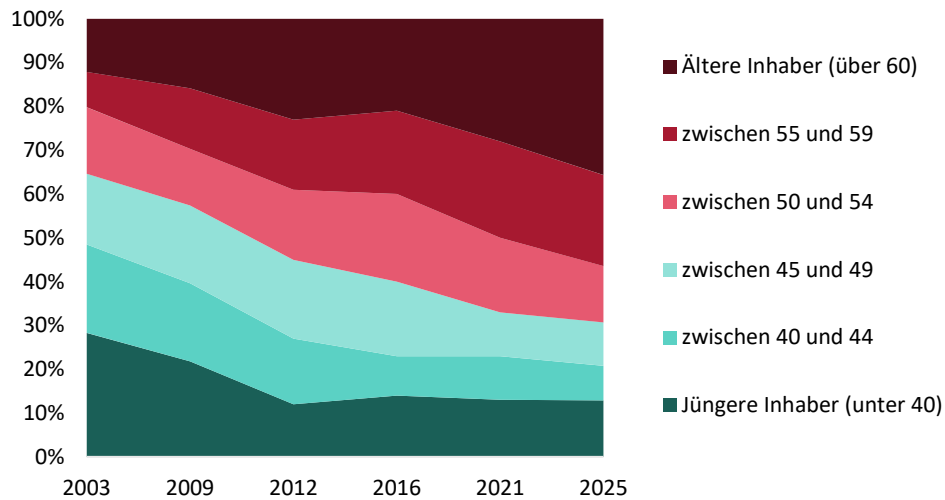
⁴ Dieses umfasst konkret die Kontrolle über das Unternehmen, die Identifikation der Familie mit dem Betrieb, die sozialen Bindungen, welche aus dem Betrieb entstehen, die emotionale Bindung an den Betrieb und den Wunsch nach generationsübergreifender Kontinuität (Berrone et al. 2012).

⁵ In Studien, deren Daten vor dem Jahr 2010 erhoben wurden, liegt der Anteil familieninterner Nachfolgeregelungen bei rund 55 Prozent, während er in Studien, deren Daten ab 2010 erhoben wurden, auf rund 51 Prozent gesunken ist (Rieger-Fels et al. 2025).



Abb. 1: Altersstruktur der Inhaber im deutschen Mittelstand

in Prozent



Quelle: Schwartz 2026. Stand: 31.07.2026.

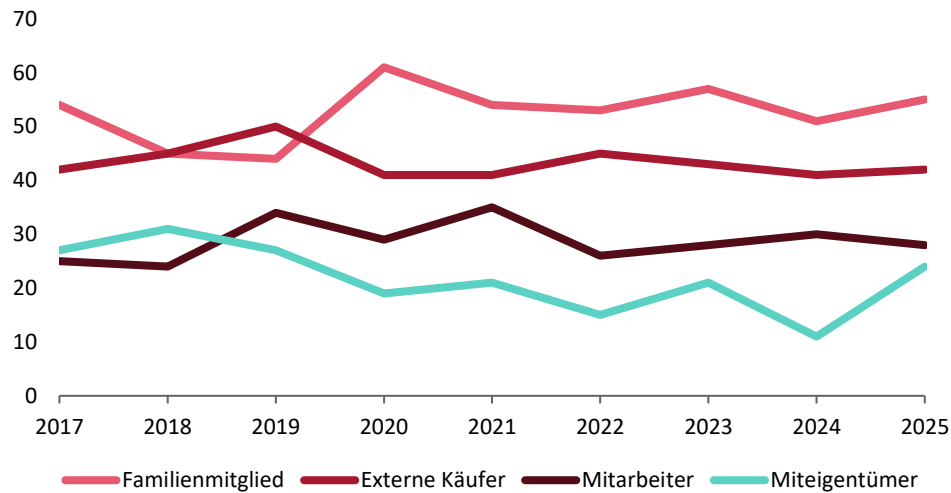
2.2. Gesellschaftliche Determinanten

Der Rückgang der realisierten Familiennachfolgen geht nicht auf einen veränderten Wunsch der übergebenden Generation zurück. Wie Abb. 2 zeigt, wird die Familienübergabe seit 2017 durchgängig von rund der Hälfte der Unternehmer als angestrebte Nachfolgevariante genannt (Schwartz 2026). Vielmehr scheint die Lücke auf der Seite der Nachfolger zu wachsen. In einer gemeinsamen Erhebung des ifo Instituts und der Stiftung Familienunternehmen geben 42 Prozent der befragten Familienunternehmen an, über keinen Nachfolger aus der Familie zu verfügen (Garnitz et al. 2023). Die Deutsche Industrie- und Handelskammer gibt an, dass 49 Prozent der Senior-Unternehmer zum Zeitpunkt der Beratung keine passende Nachfolge finden konnten (DIHK 2025). Ein familieninterner Nachfolger steht nur dann zur Verfügung, wenn die Familie Nachwuchs hat und diese Kinder bereit und fähig sind, das Unternehmen weiterzuführen.



Abb. 2: Angestrebte Nachfolgevarianten im deutschen Mittelstand

in Prozent (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Schwartz 2026. Stand: 29.07.2026.

Kinder von Unternehmern haben unterschiedliche Möglichkeiten. Sie können das Unternehmen der Eltern übernehmen, ein eigenes Unternehmen gründen oder ein abhängiges Arbeitsverhältnis suchen (Zellweger et al. 2011). Welche dieser Optionen gewählt wird, hängt maßgeblich von den Motiven der Kinder ab. Nach Zellweger et al. (2011) wollen potenzielle Nachfolger das Unternehmen der Eltern nur bei mittlerer Ausprägung von unternehmerischem Selbstvertrauen und Unabhängigkeitsstreben wählen. Bei schwacher Ausprägung bevorzugen sie ein abhängiges Arbeitsverhältnis, bei starker eine eigene Gründung.

Nach Stiftung Familienunternehmen (2023) legen junge Menschen weniger Wert auf Traditionen und mehr Wert auf Eigenverantwortlichkeit. Zellweger et al. (2015) dokumentieren einen Rückgang der Übernahmeintentionen von Studierenden mit Familienunternehmenshintergrund zwischen 2011 und 2014. Entsprechend zeigen Sieger et al. (2016), dass mehr als ein Drittel der Studierenden vorhat, innerhalb von fünf Jahren nach dem Studienabschluss ihr eigenes Unternehmen zu führen. Das kann auch zu einem veränderten Weg hin zum Einstieg in das Familienunternehmen führen, wenn der Übernahme des elterlichen Unternehmens eine eigene Gründung vorausgeht.⁶ Auch die Option einer Eigentümerrolle ohne eigene operative Führung gewinnt an Bedeutung (Stiftung Familienunternehmen 2023).

Etwa 40 Prozent der Unternehmer im Mittelstand geben an, dass eine der in Betracht gezogenen Nachfolgevarianten ein Verkauf an Externe ist (Schwartz 2026). In den Nachfolgegenerationen ist der Anteil derer, die einen Verkauf für möglich

⁶ Der Anteil derer, die eine eigene Gründung als Vorbereitung auf eine mögliche Nachfolge ansehen, stieg zwischen 2017 und 2023 von 25 auf 45 Prozent (Stiftung Familienunternehmen 2023).



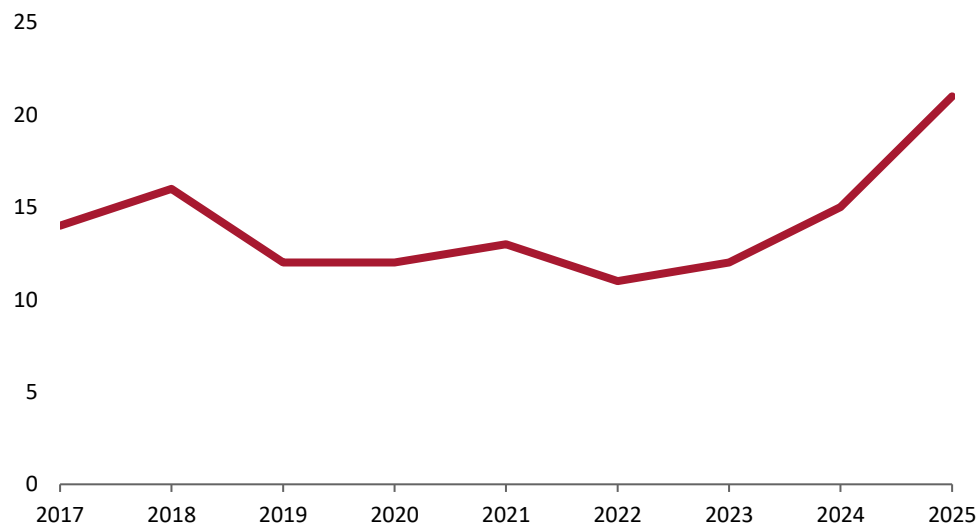
halten, von 14,4 Prozent im Jahr 2020 auf 23,2 Prozent im Jahr 2023 angestiegen (Stiftung Familienunternehmen 2023). Der Verkauf großer, traditionsreicher Familienunternehmen scheint ein Umdenken zu begünstigen (Stiftung Familienunternehmen 2023).

2.3. Stilllegungsdynamik im Mittelstand

Abb. 3 zeigt, dass der Anteil der Unternehmer, die eine Stilllegung planen, im vergangenen Jahrzehnt deutlich angestiegen ist. Seit 2017 ist der Anteil der definitiv geplanten Stilllegungen, gemessen am gesamten Bestand mittelständischer Unternehmen, um 7 Prozentpunkte, von 14 Prozent auf 21 Prozent, angestiegen (Schwartz 2026). Rechnet man diese Pläne hoch auf einen Fünfjahreszeitraum von 2025 bis 2029, streben bis Ende 2029 etwa 569.000 Inhaber mittelständischer Unternehmen nach ihrem Rückzug keine Fortführung des Unternehmens an (Schwartz 2026).

Abb. 3: Anteil definitiv geplanter Stilllegungen

in Prozent, gemessen am Gesamtbestand aller deutschen mittelständischen Unternehmen



Quelle: Schwartz 2026. Stand: 29.07.2026.

Das Nachfolge-Monitoring der KfW benennt auf Basis des eigens erhobenen Mittelstandspanels sechs Hauptgründe. Der am häufigsten genannte Grund ist das Erreichen des Ruhestandsalters (Abb. 4). Darauf folgen das fehlende Familieninteresse sowie der Bürokratieaufwand, der mit der allgemeinen Geschäftstätigkeit und der Nachfolge einhergeht.⁷ Die Nennung des Bürokratieaufwandes als ein Hauptgrund lässt darauf schließen, dass der erwartete Ertrag bei Fortführung den erwarteten Aufwand bei Übergabe nicht mehr rechtfertigt, obwohl die KfW einen Teil dieser Unternehmen als in der Zukunft gewinnträchtig einschätzt. Deutlich seltener

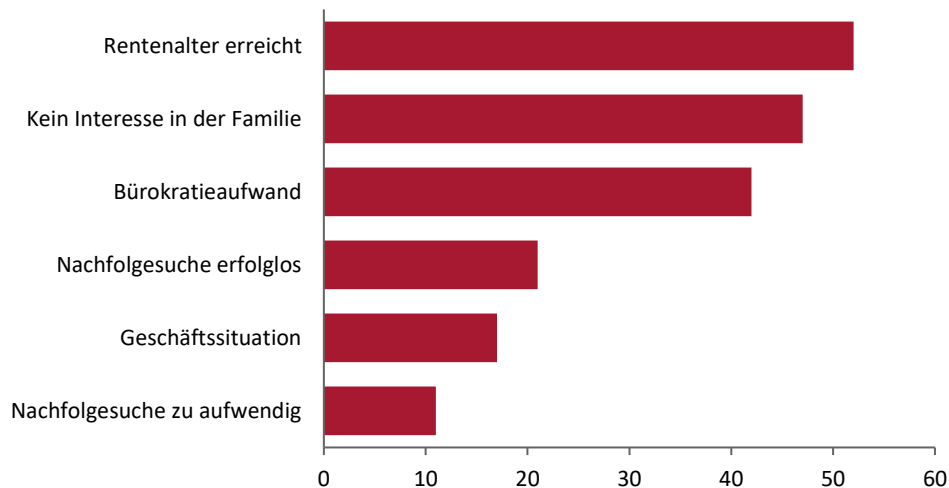
⁷ Die KfW schätzt, dass Unternehmen im Mittelstand durchschnittlich 7 Prozent der Monatsarbeitszeit mit Bürokratie verbringen (Schwartz 2026).



genannt werden das Scheitern der Nachfolgesuche, die allgemeine Geschäftssituation und der Aufwand der Nachfolgesuche.

Abb. 4: Stilllegungsgründe im deutschen Mittelstand

in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Quelle: Schwartz 2026. Stand: 04.08.2026.

Da die Studie auch Kleinstunternehmen und Soloselbstständige umfasst (Schwartz 2026), kann das Ergebnis durch diese Gruppe verzerrt sein. Nach der Schätzungssystematik des Instituts für Mittelstandsforschung gilt ein Unternehmen nur dann als übernahmewürdig, wenn es für den Inhaber einen Ertrag in Höhe eines vergleichbaren Angestelltengehalts von ca. 68.000 Euro p.a. erwirtschaftet (Rieger-Fels et al. 2025). Diese Schwelle wird bei den meisten Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 500.000 Euro oder weniger nicht erreicht. Seit der letzten Schätzung ist der Anteil dieser kleinen Unternehmen an allen zur Übernahme anstehenden Unternehmen deutlich von 30 Prozent auf 13 Prozent gefallen. Das deutet darauf hin, dass die kleinen Betriebe zunehmend aus dem Kreis der „übernahmefähigen“ Unternehmen herausfallen (Rieger-Fels et al. 2025).

3. Markt für private Unternehmen

Für größere Unternehmen ab 500.000 Euro Jahresumsatz ist ein Verkauf die naheliegende Nachfolgeoption, wenn die Übergabe innerhalb der Familie scheitert. In Deutschland stehen im Zeitraum von 2026 bis 2030 etwa 186.000 Unternehmen mit einem Umsatz von über 500.000 Euro vor einer Übergabe, von denen etwa 9.400 zuletzt einen Jahresumsatz von mehr als 10 Millionen Euro, etwa 1.600 sogar von mehr als 50 Millionen Euro hatten (Rieger-Fels et al. 2025). Das ifo Institut gab an, dass von den Familienunternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten etwa 50 Prozent in den drei Jahren nach 2023 ganz oder teilweise übertragen werden sollten (Garnitz et al. 2023).

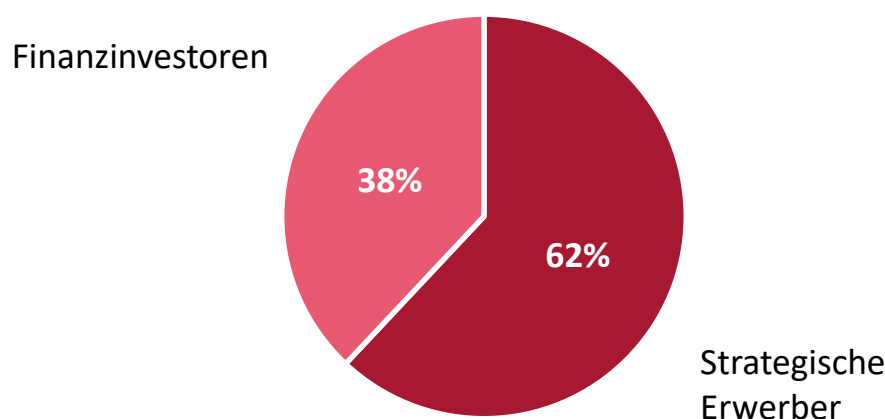


3.1. Marktentwicklung

Auf Seite der Erwerber unterscheidet man zwischen privaten Käufern, strategischen Erwerbern und Finanzinvestoren. Private Käufer sind natürliche Personen, die ein Unternehmen erwerben, um es anschließend selbst zu führen. Strategischer Erwerber sind Unternehmen, die andere Unternehmen kaufen, um sie in das eigene Unternehmen einzubinden. Als Finanzinvestoren bezeichnet man Beteiligungsgesellschaften, die Unternehmen mit dem Ziel erwerben, durch einen späteren Weiterverkauf einen Kapitalgewinn zu erzielen. Die wichtigsten Finanzinvestoren sind Private Equity Fonds.

Die privaten Erwerber machen den größten Anteil der Transaktionen aus. Die Gründerstatistik ermittelt jährlich rund 58.000 Übernahmen bestehender Unternehmen durch natürliche Personen (Metzger 2025). Viele dieser Unternehmen sind sehr klein und werden daher bei Analysen des Transaktionsmarkts nicht berücksichtigt. Auf dem beobachtbaren Transaktionsmarkt werden die meisten Unternehmen von strategischen Erwerbern gekauft. Wie Abb. 5 zeigt, machen die Transaktionen mit strategischen Erwerbern etwa 62 Prozent der Transaktionen des beobachtbaren Markts aus. Die restlichen 38 Prozent der Unternehmen werden von Finanzinvestoren akquiriert.

Abb. 5: Transaktionen von mittelständischen Unternehmen nach Käufertyp (beobachtbarer Markt)



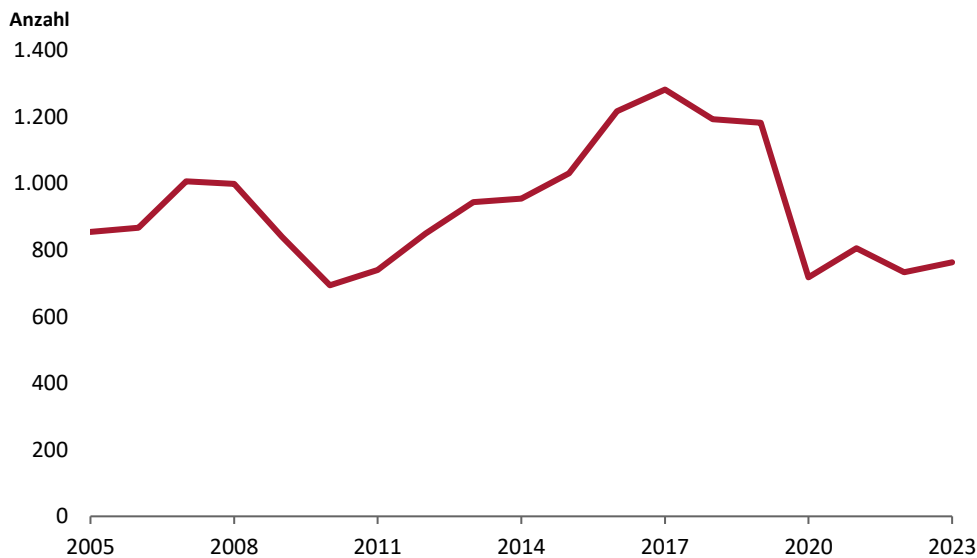
Quelle: Oaklins 2026. Stand: 17.09.2026.

Veröffentlichte Marktdaten lassen keine klare Abgrenzung eines Marktes für mittelständische Familienunternehmen in Deutschland zu. Dies liegt sowohl an der fehlenden Definitionsschärfe des mittelständischen Familienunternehmens als auch an der mangelnden Publizität von privaten Unternehmenstransaktionen. Die KfW zählt beispielsweise zwischen 2005 und 2023 im Durchschnitt etwa 1.000



Unternehmenstransaktionen jährlich, wobei die Transaktionszahlen zwischen 2020 und 2023 auf durchschnittlich 750 fielen (Abb. 6). Dafür werden Unternehmen mit bis zu 500 Millionen Euro Jahresumsatz einbezogen (Gerstenberger 2024). Erhebungen von PwC hingegen zählen für den gleichen Zeitraum zwischen 2020 und 2023 mehr als 2.000 Transaktionen im Jahr (PwC 2025). Der Bundesverband Beteiligungskapital (BVK) weist für den deutschen Markt die Anzahl der jährlichen Private Equity Akquisitionen (Buy-outs) im niedrigen dreistelligen Bereich aus. Im Jahr 2025 zählte der BVK 139 Buy-outs über alle Größenklassen (Abb. 7) (Bundesverband Beteiligungskapital 2026).

Abb. 6: Unternehmenstransaktionen mit deutschen Mittelständlern als Zielunternehmen



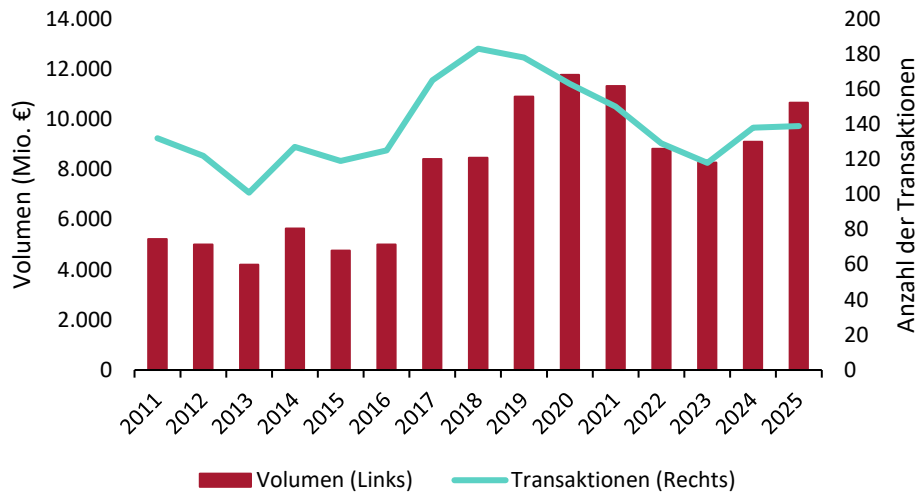
Quelle: Gerstenberger, 2024. Stand: 06.08.2026.

Unabhängig vom zugrunde gelegten Transaktionsuniversum zeigen Abb. 6 und Abb. 7 die grundlegende Dynamik des beobachtbaren Transaktionsmarktes: Die Zahl der Transaktionen stieg in den 2010er Jahren an, brach im Zuge der Coronakrise im Jahr 2020 ein und stabilisierte sich in den Folgejahren auf einem niedrigeren Niveau. Diese Entwicklung lässt sich auf mehrere Faktoren zurückführen. Die 2010er Jahre waren von günstigen Finanzierungsbedingungen und hoher Marktliquidität geprägt. Da Kapitalmarktliquidität ein zentraler Treiber von Transaktionswellen ist (Harford 2005), begünstigte dies die Transaktionsaktivität. Die Coronakrise führte dann im Jahr 2020 zu einem Einbruch des Transaktionsgeschehens und die anschließenden Zinsanstiege und die geopolitischen Spannungen verhinderten eine Rückkehr zu den vorherigen Höchstständen.



Abb. 7: Buy-outs durch Private Equity Gesellschaften

am deutschen Transaktionsmarkt



Anmerkung: Die Unternehmensgröße wird gemessen an der Höhe der Eigenkapitalbeteiligung des Investors.
Quelle: Bundesverband Beteiligungskapital 2019, 2026. Stand: 07.08.2026.

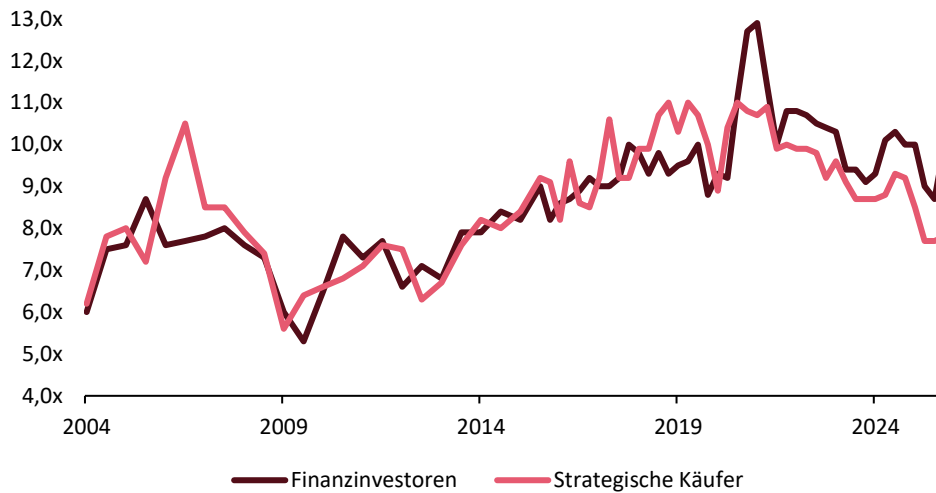
Die Bewertung von privaten Unternehmen beschreibt den Bruttounternehmenswert und wird am Markt meist als EBITDA-Multiplikator⁸ ausgedrückt. Abb. 8 zeigt, dass der Anstieg der Transaktionszahlen in den Zeiten expansiver Geldpolitik auch mit einem Anstieg des Bewertungsniveaus einherging. Zudem hatte die ökonomische Unsicherheit während der Coronakrise einen Einfluss auf das Bewertungsniveau. Verschiedene Käufergruppen, also Finanzinvestoren und strategische Käufer, haben eine unterschiedliche Zahlungsbereitschaft. Seit 2021 liegt diese bei Finanzinvestoren deutlich über der von strategischen Käufern (siehe Abb. 8).

⁸ Ein Multiplikator setzt den Unternehmenswert ins Verhältnis zu einer Ergebnisgröße. Der hier beschriebene EBITDA-Multiplikator setzt den Bruttounternehmenswert (Enterprise Value) ins Verhältnis zu dem EBITDA-Ergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisierungen). Ein EBITDA-Multiplikator von 5,0 bedeutet daher, dass ein Käufer das Fünffache des EBITDA-Ergebnisses zahlt.



Abb. 8: Bewertung im Mid-Market Segment in Europa

Multiple: EV / EBITDA



Quelle: Argos Wityu / Epsilon Research 2026. Stand: 14.08.2026.

3.2. Motive und Ziele der Käufer

Die Käufer in Unternehmenstransaktionen unterscheiden sich anhand der Kaufmotive und der verfolgten Ziele. Der private Käufer kauft ein Unternehmen, um es selbst zu führen. Die KfW kategorisiert Transaktionen, in denen private Käufer ein Unternehmen übernehmen, als Übernahmegründungen (Schwartz 2026). Ziel ist bei einer privaten Transaktion in der Regel die Existenzgründung.

Strategische Erwerber wollen durch die Einbindung eines Unternehmens in ihr Unternehmen bzw. ihre Unternehmensgruppe Wachstum generieren, Zugang zu neuen Kunden erhalten und die eigene Wettbewerbsfähigkeit steigern (Blajer-Gołąbiewska et al. 2025). Zusätzlich wird der Erwerb zunehmend dazu genutzt, fähige Mitarbeiter zu gewinnen, um dem Fachkräftemangel zu begegnen (DIHK 2025). Das Ziel ist es, durch den Erwerb Synergiepotenziale zu realisieren, was eine organisatorische Integration des Zielunternehmens in das eigene Unternehmen voraussetzt (Bauer et al. 2026; Larsson / Finkelstein 1999). Diese Integration kann durch eine funktionale Eingliederung in die Strukturen des Käufers erfolgen oder durch eine personelle Integration, bei der die Unternehmen über persönliche Beziehungen, Vertrauen und eine gemeinsame Identität der Belegschaften koordiniert werden, ohne die Eigenständigkeit des Zielunternehmens aufzugeben (Bauer et al. 2026).

Finanzinvestoren sind Beteiligungsgesellschaften, die ein Unternehmen kaufen, um eine Wertsteigerung für ihre Investoren zu erzielen. Diese Wertsteigerungen werden über operative Verbesserungen, Optimierung der Governance-Strukturen und verbesserte Finanzierungsstrukturen erreicht (Kaplan / Strömberg 2009). Die wichtigsten Akteure sind Private Equity Fonds (Buy-out Fonds) und Venture Capital

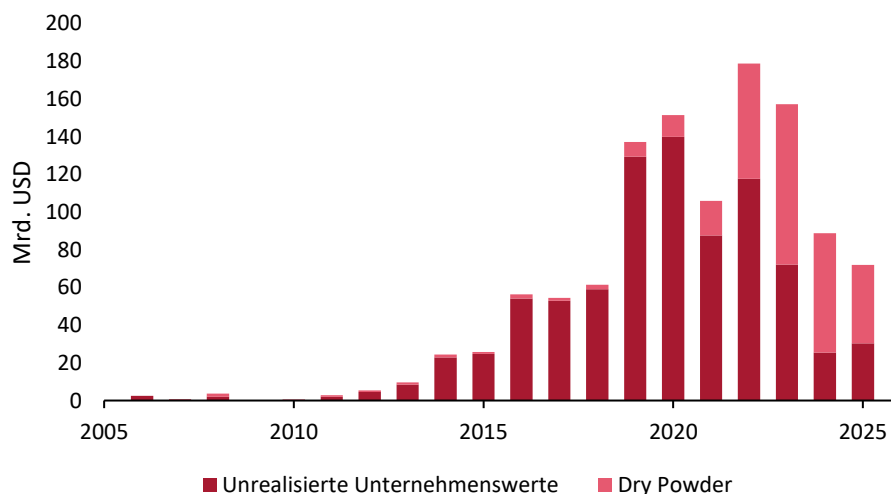


Fonds, wobei Letztere sich auf den Erwerb junger Start-ups konzentrieren und daher für den Anwendungsfall der Nachfolge nicht relevant sind. Kennzeichnend für den Finanzinvestor im Sinne dieser Studie ist eine Fondsstruktur (Kaplan / Strömberg 2009). Die Laufzeit eines Private-Equity-Fonds ist begrenzt, meist auf 10 Jahre (Kaplan / Strömberg 2009).

Abb. 9 zeigt zum 31.12.2025, aus welchen Auflagejahren (Vintages) das aktuell von Private Equity Fonds in Europa verwaltete Vermögen stammt, unterteilt in noch nicht angelegtes Kapital (Dry Powder) und in Unternehmen investiertes Kapital (unrealisierte Unternehmenswerte). In den jungen Jahrgängen steht viel Dry Powder zur Verfügung, während in den älteren Jahrgängen das Kapital nahezu vollständig in Unternehmen investiert ist. Für die Anlage des Dry Powders hat der Fonds typischerweise fünf Jahre und für die Haltephase typischerweise fünf bis acht Jahre Zeit (Kaplan / Strömberg 2009). In Abb. 9 ist zu sehen, dass Fonds aus den Auflagejahren 2022 und 2023 noch erhebliche Dry-Powder-Bestände bestehen. Angesichts der fünfjährigen Anlagefrist lassen diese angestauten Bestände auf einen Investitionsdruck der Finanzinvestoren schließen.

Abb. 9: Gehaltenes Vermögen der Private Equity Fonds nach Auflagejahr (Vintage) zum 31.12.2025

in Europa



Anmerkung: Horizontale Achse zeigt das Auflagejahr (Vintage) der jeweiligen Fonds. Dry Powder bezeichnet eingesammeltes, aber nicht angelegtes Kapital. Quelle: Preqin. Stand: 10.09.2026.

3.3. Erwägungen des Verkäufers

Die emotionale Bindung an den eigenen Betrieb ist für einen Inhaber in der Regel eine große Hürde bei einer Verkaufsentscheidung (DIHK 2025). Denn die Kontrolle über das sozioemotionale Vermögen des Unternehmers geht mit einem Verkauf verloren (Berrone et al. 2012). Dennoch können einzelne Komponenten des sozioemotionalen Vermögens wie der Name des Unternehmens oder die sozialen



Bindungen im Betrieb auch nach einem Verkauf bestehen bleiben. Ob dies in der Umsetzung der Fall ist, hängt auch von der Wahl des Käufers ab. Zugleich unterscheiden sich die Käufertypen in den Kaufpreisen, die sie zu zahlen bereit sind (siehe oben). Damit steht der Verkäufer meist vor einer Abwägung zwischen dem Erhalt sozioemotionaler Komponenten und der Maximierung des Verkaufserlöses.

Bei einer Transaktion mit einem privaten Käufer ist der Verkaufserlös am geringsten, da ein privater Käufer in der Regel weder über die Kaufkraft eines operativ tätigen Unternehmens verfügt noch Fondskapital von Anlegern einsammelt. Die große Hürde besteht meist darin, eine Finanzierung zu erhalten, da Bankkredite und Eigenmittel in den vergangenen Jahren knapper geworden sind (DIHK 2025). Als ergänzender Finanzierungsbaustein wird deshalb immer häufiger auf ein Verkäuferdarlehen zurückgegriffen, welches den Verkäufer auch nach seinem Auscheiden am unternehmerischen Risiko beteiligt (DIHK 2025). Für den niedrigeren Verkaufserlös kann der Verkäufer jedoch bei dem Verkauf an einen privaten Käufer den größten Erhalt sozioemotionaler Komponenten erwarten. Insbesondere wenn der Käufer ein Manager oder Mitarbeiter des eigenen Unternehmens ist, können neben dem Namen auch die sozialen Bindungen und das Unternehmensethos bestehen bleiben. Der private Käufer kommt dann der Familienübernahme am nächsten.

Bei einem strategischen Erwerber ist das Potenzial für einen hohen Verkaufserlös bedeutend größer als bei privaten Käufern. Ein Synergiepotenzial führt dazu, dass der strategische Erwerber theoretisch einen Aufpreis zum eigentlichen Ertragswert bezahlen kann (Baldi / Salvi 2022). Diese Synergiepotenziale beeinträchtigen aber die Komponenten des sozioemotionalen Vermögens. Denn um Synergien zu realisieren, werden zentrale Funktionsbereiche des Betriebs häufig in die Konzernstruktur des Erwerbers eingegliedert (Bauer et al. 2026).

Der Finanzinvestor reagiert bei der Preisbildung, im Vergleich zu anderen Käufern, besonders sensibel auf die Kreditkonditionen, da eine Transaktion häufig mehr als zur Hälfte mit Fremdkapital finanziert wird (Kaplan / Strömberg 2009). Die Menge an aufgenommenem Fremdkapital hängt nicht primär von der Profitabilität des Zielunternehmens ab, sondern von den Konditionen am Kreditmarkt (Axelson et al. 2013). Investitionen von Finanzinvestoren sind daher prozyklisch. Die Kreditverfügbarkeit schlägt sich in der Bereitschaft, hohe EBITDA-Multiplikatoren zu bezahlen, nieder (Axelson et al. 2013). Im Einklang damit zeigt Abb. 8, dass die von Finanzinvestoren gezahlten EBITDA-Multiplikatoren mit den steigenden Zinskosten seit 2022 gesunken sind.

Überraschend ist jedoch, dass Finanzinvestoren trotz des Synergieaufschlags bei strategischen Erwerbern seit der Coronakrise bereit sind, mehr für Unternehmen zu bezahlen als strategische Erwerber. Erklären lässt sich dies womöglich mit dem



angesprochenen Investitionsdruck, welcher durch die hohen Dry-Powder-Bestände ausgelöst wird (Abb. 9). Für den Verkäufer ist diese Entwicklung vorteilhaft, da der Finanzinvestor in der aktuellen Lage höhere EBITDA-Multiplikatoren zahlt als der strategische Erwerber. Die Komponenten des sozioemotionalen Vermögens können unter Finanzinvestoren grundsätzlich erhalten bleiben, da diese das Unternehmen in der Regel als eigenständige Einheit weiterführen (Wenzel / Schupp 2025). Dennoch führen angestrebte Strukturveränderungen bei den Inhabern häufig zu Besorgnis um das gewachsene Unternehmensethos (Kreer et al. 2018).

4. Der Transaktionsprozess

Die Wahl des passenden Käufertyps allein reicht nicht aus, damit eine Transaktion erfolgreich abgeschlossen werden kann. Zwischen der Verkaufsentscheidung und der Übergabe liegt ein Prozess, der sich über viele Jahre erstrecken kann und dessen Hürden eine Nachfolge scheitern lassen können.

4.1. Vorbereitung

Die Vorbereitung auf die Veräußerung des Unternehmens beginnt idealerweise lange vor dem ersten Käuferkontakt.⁹ Um potenzielle Transaktionshindernisse im Vorfeld zu erkennen und zu beseitigen, wird das Unternehmen einer Pre-Sale-Due-Diligence¹⁰ unterzogen (Nawe 2019: 748). Typische Probleme, die zum Vorschein kommen, sind die Abhängigkeit des Betriebs von der Person des Inhabers, Verflechtungen von Privat- und Betriebsvermögen, Change-of-Control-Klauseln¹¹ in Verträgen und das Fehlen eines aussagekräftigen Planungs- und Controllingsystems (NORDVISORY 2026; KP TECH 2026). Zudem fehlt häufig eine vorausschauende steuerliche Planung der Transaktion. Werden die Unternehmensanteile aus dem Privatvermögen verkauft, unterliegt der Veräußerungsgewinn der vollen persönlichen Besteuerung. Wird hingegen in der Vorbereitungsphase eine Holding-GmbH zwischengeschaltet, ist der Veräußerungsgewinn auf Ebene der Holding weitgehend steuerfrei¹² (NORDVISORY 2026).

⁹ Nach Einschätzung der IHKs sind jedoch 38 Prozent der übergabewilligen Unternehmer nicht rechtzeitig auf eine Übergabe vorbereitet (DIHK 2025).

¹⁰ Due-Diligence beschreibt die „notwendige Sorgfalt“, mögliche Probleme bei der Übernahme im Voraus zu erkennen. Neben der Pre-Sale-Due-Diligence gibt es auch andere Arten von Due-Diligence (Nawe 2019: 748).

¹¹ Change-of-Control-Klauseln sind vertraglich vereinbarte Sonderkündigungsrechte, welche bei einem Eigentümerwechsel aktiv werden können. Bei Bestehen solcher Klauseln kann es vorkommen, dass Kunden, Lieferanten oder Banken das Recht haben, Verträge nach dem Abschluss der Transaktion zu kündigen (NORDVISORY 2026).

¹² Nach §8b Abs. 2 KStG sind Gewinne aus der Veräußerung von Kapitalgesellschaftsanteilen auf Ebene einer Kapitalgesellschaft steuerfrei. Nach § 8b Abs. 3 KStG gelten 5 Prozent des Gewinns als nicht abzugsfähige Betriebsausgaben, sodass im Ergebnis nur 95 Prozent des Veräußerungsgewinns steuerfrei bleiben. Bei einem kombinierten Steuersatz aus



Die Behebung dieser Probleme kann mehrere Jahre in Anspruch nehmen. Besonders zeitintensiv sind das Delegieren von Verantwortung, um eine zweite, von der bisherigen Führung unabhängige Führungsebene zu schaffen, sowie die steuerliche Optimierung einer Transaktion durch Holdinggesellschaften (NORDVISORY 2026).

Die aus der Pre-Sale-Due-Diligence gewonnenen Erkenntnisse werden gebündelt und in den Verkaufsunterlagen bereitgestellt. Am beobachtbaren Transaktionsmarkt werden diese meist von einem M&A-Berater zusammengestellt. Die Verkaufsunterlagen umfassen einen Teaser sowie ein Information Memorandum, ein Fact Book und einen Dataroom. Der Teaser ist ein anonymisiertes Kurzprofil und soll erste Aufmerksamkeit bei potenziellen Erwerbern wecken, ohne dass diese das Unternehmen identifizieren können (KP TECH 2026). Das Information Memorandum stellt das Unternehmen mit Geschäftsmodell, Marktumfeld und Finanzen ausführlich dar und dient den Interessenten als Grundlage für ihr indikatives Angebot (NORDVISORY 2026). Beide Dokumente haben einen werbenden Charakter, bei dem positive Aspekte und Chancen herausgestellt werden (Nawe 2019: 755). Demgegenüber sind Fact Book und Dataroom detaillierte Darstellungen. Ein Fact Book wird vom Verkäufer erstellt, um von ihm ausgewählte Sachverhalte vertieft zu kommunizieren (Nawe 2019: 755). Der Dataroom stellt eine nach Funktionsbereichen geordnete digitale Dokumentensammlung für die spätere Due-Diligence dar (Nawe 2019: 758). Zusätzlich hilft eine interne Unternehmensbewertung dem Inhaber, die Erwartungen an den Verkaufserlös zu bilden und einen fundierten Vergleichswert für die Verkaufsangebote zu haben (Nawe 2019: 754).

4.2. Käufersuche und Matching

Die Bereitstellung der Verkaufsunterlagen markiert das Ende der Vorbereitungsphase. Welchen Weg der Verkäufer zur Ansprache potenzieller Käufer nutzt, hängt vor allem von der Größe des zu verkaufenden Unternehmens ab. Bei Unternehmen ohne Beschäftigte nennen knapp 40 Prozent der Verkäufer Nachfolgebörsen¹³ als Verkaufsweg, während Transaktionen am beobachtbaren Markt von M&A-Beratern¹⁴ begleitet werden (Moritz et al. 2023). Im Folgenden wird näher auf den Ablauf an diesem Transaktionsmarkt eingegangen.

Mithilfe des Teasers und des Information Memorandums beginnt die Käufersuche

Körperschafts- und Gewerbesteuer von 30 Prozent ergibt sich damit eine effektive Steuerbelastung von etwa 1,5 Prozent.

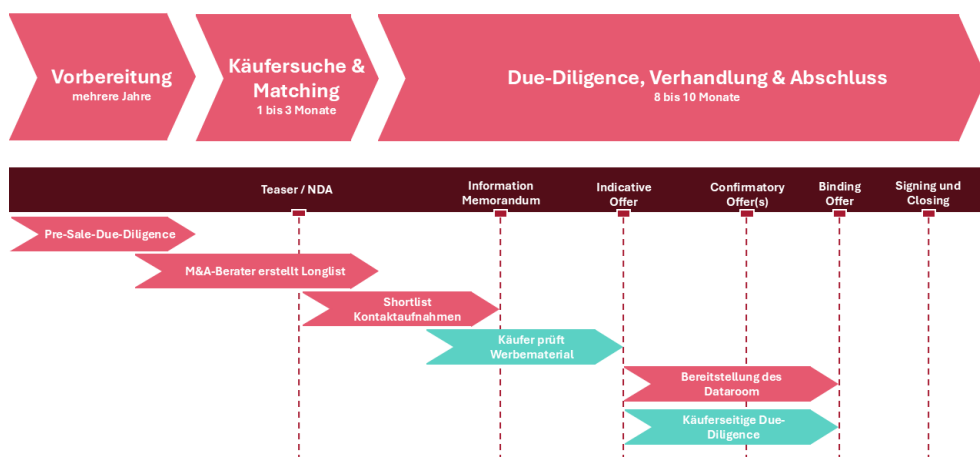
¹³ Nachfolgebörsen sind Online-Plattformen, auf denen Verkaufsangebote und Kaufgesuche für Unternehmen inseriert werden. In Deutschland bietet das Bundesministerium für Wirtschaft zusammen mit der KfW die Plattform „nexit-change“ an.

¹⁴ M&A-Berater begleiten eine Transaktion von der Käufersuche bis zum Abschluss. Im hier dargestellten Marktsegment sind dies überwiegend Beratungsboutiquen sowie die M&A-Einheiten der großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften.



am Transaktionsmarkt. Ziel ist es, potenzielle Käufer anzusprechen, ohne dass der Markt erfährt, dass das Unternehmen zum Verkauf steht. Es sollen möglichst wenige Informationen über das zu verkaufende Unternehmen an Wettbewerber preisgegeben werden. Die Geheimhaltung ist wichtig, um Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten nicht zu verunsichern. Zudem soll ein Gesichtsverlust des Inhabers vermieden werden, sollte die Transaktion scheitern (Funck / Silge 2019: 793). Ebenso muss sich das Zielunternehmen vor Wirtschaftsspionage durch Wettbewerber schützen (Schmitting 2019: 171). Der Ablauf (Abb. 10) der Käufersuche ist daher darauf ausgelegt, beidseitig Informationsasymmetrien schrittweise gegen Zusagen der Gegenseite abzubauen. Der schrittweise Abbau der Informationsasymmetrien ist notwendig, weil der Käufer den tatsächlichen Wert des Unternehmens erst vollständig erkennt, nachdem er es übernommen hat (Wolter 2008).

Abb. 10: Transaktionsablauf



Quelle: Berens et al. 2019; NORDVISORY 2026; eigene Analyse. Stand: 17.08.2026.

Zu Beginn dieses Ablaufs wird eine sogenannte Longlist erstellt. Die Longlist ist eine Zusammenstellung der Erwerber, die fachlich und finanziell für eine Transaktion infrage kommen (Schmitting 2019: 160; NORDVISORY 2026). Diese wird typischerweise von dem beauftragten M&A-Berater erstellt und dem Verkäufer zur Verfügung gestellt. Der Verkäufer prüft die potenziellen Erwerber und kürzt die Liste in Zusammenarbeit mit der M&A-Beratung auf seine präferierten Ziele. Die daraus entstehende Liste wird Shortlist genannt (KP TECH 2026). Durch das Erstellen der Shortlist kann der Verkäufer steuern, welche Käufertypen er anspricht, um bestmöglich seine Interessen zu wahren. Die Kandidaten der Shortlist erhalten dann den Teaser. Erst wenn ein potenzieller Käufer ausdrückliches Interesse bekundet und eine Vertraulichkeitsvereinbarung (Non-Disclosure-Agreement, NDA) unterzeichnet, werden unternehmensspezifische Daten freigegeben. Der Interessent erhält dann das Information Memorandum (Schmitting 2019: 171).

Auf der Grundlage des Information Memorandums geben Interessenten ein erstes



unverbindliches Angebot ab. Entscheidet sich der Verkäufer für einen Interessenten, wird von den Parteien eine Absichtserklärung (Letter of Intent, LOI) unterzeichnet (Funck / Silge 2019: 793). Darin halten die Verhandlungsparteien die Eckpunkte der geplanten Transaktion – etwa Kaufpreisrahmen, Struktur, Zeitplan und ggf. Exklusivität – fest, ohne sich zum Vertragsschluss zu verpflichten. Besteht bei beiden die Absicht, vertiefte Verhandlungen einzugehen, beginnt der zweite Teil des Prozesses, in dem das Unternehmen bewertet, geprüft und der Verkauf vertraglich abgeschlossen wird.

4.3. Käuferseitige Due-Diligence, Verhandlung und Abschluss

Es folgt die käuferseitige Due-Diligence, mit dem der Käufer versucht, die Informationsasymmetrie abzubauen und einen Eindruck über die tatsächliche Qualität des Betriebs zu gewinnen (Funck / Silge 2019: 788). Die käuferseitige Due-Diligence gliedert sich in Teilprüfungen finanzieller, rechtlicher und steuerlicher Aspekte.

Während der Due-Diligence gibt der Käufer fortlaufend Preisindikationen ab, welche genutzt werden, um die Preisvorstellungen von Käufer und Verkäufer aneinander anzunähern. Dies ist notwendig, da zwischen den Preisvorstellungen des Verkäufers und dem Angebot des Käufers in der Regel eine große Lücke liegt (Moritz et al. 2023). Das ist darauf zurückzuführen, dass Käufer und Verkäufer ihren Berechnungen unterschiedliche Messgrößen zugrunde legen. Der Familienunternehmer nimmt eine rückblickende Perspektive ein und betrachtet die getätigten Investitionen, den Aufwand, den persönlichen Verzicht und das erreichte Wachstum (Schwartz 2026), während der Käufer die zukünftige Ertragskraft bewertet.

Werden sich Käufer und Verkäufer einig, mündet der Prozess in den Abschluss. Nach einer Einigung kommt es zu einer verbindlichen Angebotsabgabe, auf die die Unterzeichnung des Kaufvertrags (Signing) und der Vollzug (Closing) folgen. Unterzeichnung und Vollzug fallen in der Regel zeitlich auseinander, da der Vollzug an weitere Bedingungen wie Finanzierungen oder kartellrechtliche Genehmigungen geknüpft ist. Der Verkaufsprozess ist erst mit dem Vollzug abgeschlossen. Die Bindung des Inhabers an das Unternehmen besteht jedoch aufgrund von Kaufpreisstundungen und Verkäuferdarlehen häufig noch einige Jahre weiter.

5. Fazit und Ausblick

Die Unternehmensnachfolge im deutschen Mittelstand unterliegt einem strukturellen Wandel. Die von den Unternehmern präferierte Nachfolge innerhalb der Familie ist nicht mehr so oft realisierbar, da die nachfolgende Generation mehr Wert auf Eigenverantwortlichkeit legt und häufiger eine eigene Gründung der direkten Führung des Familienunternehmens vorzieht. Hinzu kommt der steigende demografische Druck einer alternden Unternehmergeneration. Damit wird der Verkauf



des Unternehmens für einen wachsenden Teil der Inhaber und Nachfolger zu einer wichtigen Alternative.

Auf dem Markt für Unternehmen trifft der Verkäufer auf Käufertypen mit verschiedenen Zielen und Motiven. Die Wahl des Käufertyps stellt eine Abwägung zwischen der Maximierung des Verkaufserlöses und dem Erhalt der Komponenten des sozio-emotionalen Vermögens dar. Die aktuelle Marktlage entschärft diese Abwägung, da Finanzinvestoren zurzeit höhere EBITDA-Multiplikatoren bezahlen als strategische Erwerber und zugleich auch die sozioemotionalen Komponenten besser schützen. Einer der wichtigsten Bestandteile ist die sorgfältige Vorbereitung des Unternehmens und des Inhabers auf die Transaktion. Denn der Transaktionsprozess verlangt vom Zielunternehmen unter anderem eine inhaberunabhängige Führung sowie dokumentierte Prozessabläufe. Gleichzeitig muss sich der Inhaber steuerlich und emotional auf die Übergabe vorbereiten.

Mit dem Vollzug der Transaktion ist die einzelne Unternehmensnachfolge abgeschlossen. Für den deutschen Mittelstand bringen Unternehmenstransaktionen eine Veränderung, weil sich die Eigentümerstruktur verändert. Auf der einen Seite gehen die Unternehmen aus dem Familieneigentum in das Eigentum größerer Gesellschaften oder Finanzinvestoren über. Auf der anderen Seite erhält die Unternehmerfamilie für ihre Beteiligung den Verkaufserlös als verfügbares Kapital.

Ihre wirtschaftliche Rolle endet daher mit einem Verkauf nicht. Vielmehr durchlebt sie einen Wandel vom Unternehmer zum Investor, sodass an die Stelle einer operativen Führung die Rolle des Kapitalgebers treten kann. Damit fällt zwar die unternehmensspezifische Verantwortung weg, das unternehmerische Vermögen und die Erfahrung der Familien bleiben jedoch grundsätzlich verfügbar. Inwieweit die kennzeichnenden Merkmale der Familienunternehmen - wie Langfristorientierung und regionale Verankerung - bestehen bleiben und ob das Vermögen der Unternehmerfamilien dem Mittelstand als unternehmerisches Kapital erhalten bleibt, gehört zu den zentralen Fragen, die in Zukunft zu beantworten sind.



Literaturverzeichnis

Argos Wityu / Epsilon Research (2026): Argos Index® Mid-Market: 1. Quartal 2026.

Axelson, U. / Jenkinson, T. / Strömberg, P. / Weisbach, M. S. (2013): Borrow cheap, buy high? The determinants of leverage and pricing in buyouts. *The Journal of Finance* 68 (6), 2223–2267.

Baldi, F. / Salvi, A. (2022): Disentangling acquisition premia: Evidence from the global market for corporate control. *Finance Research Letters* 48, Artikel 102885.

Bauer, F. / King, D. R. / Covin, J. G. / Schriber, S. / Brueller, N. / Weng, Q. (2026): Acquirer strategic orientations, integration decisions, and performance. *Journal of Management Studies*. Advance online publication.

Berens, W. / Knauer, T. / Strauch, J. (2019): State of the Art der Due Diligence. In: Berens, W. / Brauner, H. U. / Strauch, J. / Knauer, T. (Hrsg.): *Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen*. 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 3–11.

Berghoff, H. (2006): The end of family business? The Mittelstand and German capitalism in transition, 1949–2000. *Business History Review* 80 (2), 263–295.

Berrone, P. / Cruz, C. / Gomez-Mejia, L. R. (2012): Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. *Family Business Review* 25 (3), 258–279.

Blajer-Gołębiewska, A. / Markiewicz, M. / Stolte, H. (2025): M&A motives in the German SME sector: The perception of M&A advisors. *International Journal of Management and Economics* 61 (5), 15–27.

Bundesverband Beteiligungskapital (2026): Der deutsche Beteiligungskapitalmarkt im Jahr 2025.

Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (2019): Der deutsche Beteiligungskapitalmarkt 2018 [Statistik in Charts], 25.02.2019. Verfügbar unter: https://www.bvkap.de/files/content/Statistiken/Statistik%20Deutschland/pdfs/20190225_bvk-statistik_2018_in_charts.pdf (Zugriff am: 11.09.2026).

DeTienne, D. R. (2010): Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing* 25 (2), 203–215.



Deutsche Industrie- und Handelskammer (2025): DIHK-Report Unternehmensnachfolge 2025: Zeit zu handeln – Unternehmensnachfolgen einfacher machen! DIHK, Bereich Wirtschafts- und Finanzpolitik, Mittelstand.

Funck, F. / Silge, L. (2019): Akquisitionsprozesse und Due Diligence bei kleinen und mittleren Unternehmen. In: Berens, W. / Brauner, H. U. / Strauch, J. / Knauer, T. (Hrsg.): Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen. 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 787–811.

Garnitz, J. / von Maltzan, A. / Müller, J. (2023): Nachfolge-Monitoring deutscher Familienunternehmen: Eine empirische Analyse auf Datenbasis der Datenbank FamData. ifo Schnelldienst 76 (12), 46–50.

Gerstenberger, J. (2024): M&A-Deals im deutschen Mittelstand – Corona-Schock noch nicht verdaut. Fokus Volkswirtschaft Nr. 472. KfW Research.

Gómez-Mejía, L. R. / Haynes, K. T. / Núñez-Nickel, M. / Jacobson, K. J. L. / Moyano-Fuentes, J. (2007): Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly* 52 (1), 106–137.

Harford, J. (2005): What drives merger waves? *Journal of Financial Economics* 77 (3), 529–560.

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn (2026): Definition. Verfügbar unter: <https://www.ifm-bonn.org/definition> (Zugriff am: 11.09.2026)

Kaplan, S. N. / Strömberg, P. (2009): Leveraged buyouts and private equity. *Journal of Economic Perspectives* 23 (1), 121–146.

KP TECH (2026): Firmenverkauf: Ablauf, Vorbereitung und Erfolgsfaktoren. Verfügbar unter: <https://tech-corporatefinance.de/magazin/unternehmensverkauf-und-firmenverkauf/> (Zugriff am: 11.09.2026).

Kreer, F. / Mauer, R. / Strese, S. / Brettel, M. (2018): On private equity exits of family firms in the German Mittelstand. *Journal of Business Economics* 88 (3–4), 503–529.
Larsson, R. / Finkelstein, S. (1999): Integrating strategic, organizational, and human resource perspectives on mergers and acquisitions: A case survey of synergy realization. *Organization Science* 10 (1), 1–26.

Leifels, A. (2020): Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2020: Gut vorbereitet in die Krise – Corona verschärft Gründungsengpass. Fokus Volkswirtschaft Nr. 308. KfW Research.



Metzger, G. (2025): KfW-Gründungsmonitor 2025 – Gründungstätigkeit in wirtschaftlich unsicheren Zeiten: zuletzt besser als erwartet, aber nach wie vor (zu) niedrig. KfW Research.

Moritz, A. / Graffius, M. / Felden, B. / Block, J. (2023): Unternehmenskäufe und -verkäufe im Rahmen der Nachfolge von KMU in Deutschland – Eine empirische Untersuchung. Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis 75 (2), 149–185.

Nawe, D. (2019): Due Diligence im Rahmen von Unternehmensverkäufen. In: Berens, W. / Brauner, H. U. / Strauch, J. / Knauer, T. (Hrsg.): Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen. 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 747–770.

NORDVISORY (2026): Unternehmensnachfolge im Mittelstand: Leitfaden 2026. Verfügbar unter: <https://www.nordvisory.de/insights/unternehmensnachfolge-mittelstand> (Zugriff am: 11.09.2026).

Oaklins Germany (2026): M&A-Marktbericht 2025, 12.01.2026. Verfügbar unter: <https://www.oaklins.com/news/de-DE/259439-oaklins-germany-m-a-marktbericht-2025/> (Zugriff am: 17.09.2026).

Preqin (2026): Private Equity: Dry Powder und unrealisierte Werte nach Vintage-Jahr [Datenbankabfrage]. Zugriff am: 10.09.2026.

PwC (2025): M&A Deals Insights: H1 2020 – H1 2025. M&A Industry Insights DACH. PricewaterhouseCoopers.

Rieger-Fels, M. / Schlömer-Laufen, N. / Suprinovič, O. / Rauch, A. (2025): Unternehmensnachfolgen in Deutschland 2026 bis 2030. Daten und Fakten Nr. 37. Institut für Mittelstandsforschung Bonn.

Schmitting, W. (2019): Perspektiven eines Risikomanagements im Rahmen von Unternehmensakquisitionen und Due Diligence. In: Berens, W. / Brauner, H. U. / Strauch, J. / Knauer, T. (Hrsg.): Due Diligence bei Unternehmensakquisitionen. 8. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, S. 157–186.

Schwartz, M. (2026): Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2025: Pläne für Geschäftsaufgaben wachsen erneut – Kaufpreisvorstellungen deutlich gestiegen. Fokus Volkswirtschaft Nr. 526. KfW Research.

Sieger, P. / Fueglistaller, U. / Zellweger, T. (2016): Student entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries. International Report of the GUESSS Project. KMU-HSG/IMU.



Stiftung Familienunternehmen (Hrsg.) (2023): Deutschlands nächste Unternehmergeneration: 6. Studie zu Einstellungen, Werten und Zukunftsplänen der Next Gens. Erstellt vom Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen (FIF), Zepelin Universität. Stiftung Familienunternehmen.

Stiftung Familienunternehmen (Hrsg.) (2025): Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen. 7. Aufl., erstellt vom ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim. Stiftung Familienunternehmen.

Wenzel, L. / Schupp, M. (2025): Private Equity vs. Strategischer Käufer. M&A Review, 07.04.2025. Verfügbar unter: <https://ma-review.de/artikel/private-equity-vs-strategischer-kaeufer> (Zugriff am: 11.09.2026).

Wolter, H.-J. (2008): Familienexterne Nachfolge: Informationsasymmetrien im Nachfolgeprozess und ihre Überwindung. Institut für Mittelstandsforschung Bonn.

Zellweger, T. / Sieger, P. / Halter, F. (2011): Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. Journal of Business Venturing 26 (5), 521–536.

Zellweger, T. / Sieger, P. / Englisch, P. (2015): Coming home or breaking free? A closer look at the succession intentions of next-generation family business members. Ernst & Young / Center for Family Business, University of St. Gallen.



RECHTLICHE HINWEISE

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen und zum Ausdruck gebrachten Meinungen geben die Einschätzungen des Verfassers zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wieder und können sich jederzeit ohne vorherige Ankündigung ändern. Angaben zu in die Zukunft gerichteten Aussagen spiegeln die Ansicht und die Zukunftserwartung des Verfassers wider. Die Meinungen und Erwartungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen Dokumenten der Flossbach von Storch SE dargestellt werden. Die Beiträge werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. (Mit diesem Dokument wird kein Angebot zum Verkauf, Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren oder sonstigen Titeln unterbreitet). Die enthaltenen Informationen und Einschätzungen stellen keine Anlageberatung oder sonstige Empfehlung dar. Eine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der gemachten Angaben und Einschätzungen ist ausgeschlossen. **Die historische Entwicklung ist kein verlässlicher Indikator für die zukünftige Entwicklung.** Sämtliche Urheberrechte und sonstige Rechte, Titel und Ansprüche (einschließlich Copyrights, Marken, Patente und anderer Rechte an geistigem Eigentum sowie sonstiger Rechte) an, für und aus allen Informationen dieser Veröffentlichung unterliegen uneingeschränkt den jeweils gültigen Bestimmungen und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Sie erlangen keine Rechte an dem Inhalt. Das Copyright für veröffentlichte, von der Flossbach von Storch SE selbst erstellte Inhalte bleibt allein bei der Flossbach von Storch SE. Eine Vervielfältigung oder Verwendung solcher Inhalte, ganz oder in Teilen, ist ohne schriftliche Zustimmung der Flossbach von Storch SE nicht gestattet.

Nachdrucke dieser Veröffentlichung sowie öffentliches Zugänglichmachen – insbesondere durch Aufnahme in fremde Internetauftritte – und Vervielfältigungen auf Datenträger aller Art bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch die Flossbach von Storch SE

© 2026 Flossbach von Storch. Alle Rechte vorbehalten.

IMPRESSUM

Herausgeber Flossbach von Storch SE, Research Institute, Ottoplatz 1, 50679 Köln, Telefon +49. 221. 33 88-291, research@fvsag.com; *geschäftsführende Direktoren* Dr. Bert Flossbach, Dr. Tobias Hirsch, Dr. Tobias Schafföner, Christian Schlosser, Dr. Till Schmidt, Marcus Stollenwerk; *Vorsitzender des Verwaltungsrats* Kurt von Storch; *Umsatzsteuer-ID* DE 200 075 205; *Handelsregister* HRB 120 796 (Amtsgericht Köln); *Zuständige Aufsichtsbehörde* Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, Marie-Curie-Straße 24 – 28, 60439 Frankfurt / Graurheindorfer Str. 108, 53117 Bonn, www.bafin.de; *Autoren*: Dr. Philipp Immenkötter & Gian-Luca Siemon *Redaktionsschluss* 22.09.2026