



Få familjeföretag överlever generationsskiften

En ny undersökning från PwC visar att endast 12 procent av familjeföretagen finns kvar för en tredje generation att ta över. Endast en procent av företagen finns kvar för en sjätte generation att ta över.

PwC har intervjuat drygt 200 familjemedlemmar i 21 länder ur gruppen nästa generations företagare och som sannolikt väntas ta över ett familjeföretag. Resultaten har publicerats i *Bridging the gap: Handing over the family business to the next generation* och tittar specifikt på generationsskiften bland familjeföretag; hur dessa företag planerar för detta, hur nästa generation ser på övertagandet och de olika utmaningar familjeföretag står inför när företags ska lämnas över till nästa generation.

Rapporten lyfter fram tre klyftor för ett familjeföretag att övervinna för att lyckas med ett generationsskifte.

- **Generationsklyftan** mellan den nuvarande generationen och den kommande generationen.
- **Förtroendeklyftan** nästa generation kan ställas inför när de kämpar för att etablera sig i företaget.
- **Kommunikationsklyftan**, som även i de mest framgångsrika företagen kan slå en kil mellan föräldrar och barn.

Generationsklyftan

Övergången från en generation till en annan har alltid varit ett riskmoment för familjeföretag och är idag större än någonsin. Inte minst till följd av globala megatrender som demografiska förändringar, urbanisering, klimatförändringar och ny teknik, kommenterar Henrik Steinbrecher, Global Middle Market Leader på PwC.

PwC:s undersökning tyder på att överlämnandet av första generationens verksamheter är mer riskfylld. De som tar över under dessa omständigheter är betydligt mindre entusiastiska inför övertagandet - 20 procent säger att de inte ser fram emot att driva verksamheten, jämfört med 8 procent för de svarande som helhet.

Men samtidigt finns det ingen anledning att ifrågasätta ambitionen bland kommande generation familjeföretagare. 86 procent av de tillfrågade vill göra något viktigt och speciellt när de tar över och 80 procent har stora idéer för förändring och tillväxt. Vissa vill lansera nya produkter, företag eller göra ändringar i var man opererar och hur verksamheten fungerar. Andra vill investera i ny teknik och utforska nya metoder för marknadsföring med hjälp av sociala medier.

Förtroendeklyftan

Enbart ett efternamn räcker inte för att skapa sig trovärdighet i familjefirman. Många ur den kommande generationen företagare anser till och med att det kan ligga dem i fatet. Hela 88 procent säger att de måste arbeta ännu hårdare än andra på företaget för att "visa vad de går för". En majoritet, 59 procent, anser att den enskilt största utmaningen de står inför är att vinna respekt från sina medarbetare.

Undersökningen visar även att det blir allt vanligare att söka arbetslivserfarenhet utanför familjeföretaget där 46 procent har arbetat för ett annat företag innan de har tagit en roll i familjeföretaget.

Kommunikationsklyftan

Det finns en tendens till att vissa i den äldre generationen överskattar hur väl de drivit verksamheten samtidigt som de underskattar barnens förmåga att göra ett lika bra arbete. Här visar dock undersökningen att 87 procent ur nästa generation tror att deras föräldrar har förtroende för dem, men samtidigt så säger 64 procent att den nuvarande generationen kommer att ha svårt att släppa taget om verksamheten.

Insatserna är höga när det gäller att hantera ett generationsskifte, särskilt med hänsyn till att familje- och privatägda företag utgör 30 procent av världens företag och levererar mellan 70-90 procent av världens BNP. De företag som hanterar generationsskiftet väl är de som förbereder sig i god tid, helst fem till sju år i förväg och med tydlig plan för roller, ansvar och tidsramar, avslutar Henrik Steinbrecher.

Om undersökningen

I rapporten *Bridging the gap: Handing over the family business to the next generation* har 207 intervjuer i 21 länder genomförts med nästa generations företagare som står i tur att ta över familjeföretaget. Fokus har varit på företag med en omsättning överstigande 5 miljoner US dollar. Företagen representerar en rad olika branscher och intervjuerna ägde rum i februari och mars 2014.

Rapporten kan laddas ner på www.pwc.com/NextGen.

För mer information kontakta:

Henrik Steinbrecher, Global Middle Market Leader, PwC
Tel: 07 09-29 30 97, e-post: henrik.steinbrecher@se.pwc.com

Arne Engvall, Middle Market Leader, PwC Sverige
Tel: 07 09-29 37 25, e-post: arne.engvall@se.pwc.com

Martin Askman, kommunikationschef, PwC Sverige
Tel: 07 09-29 36 85, e-post: martin.askman@se.pwc.com

Fakta om PwC:

PwC Sverige är marknadsledande inom revision, redovisning, skatte- och affärsrådgivning med 3 800 medarbetare på 100 kontor runt om i landet. Med erfarenhet och unik branschkunskap utvecklar vi värden för våra 60 000 kunder vilka utgörs av globala företag, svenska storföretag och organisationer, mindre och medelstora, främst lokala företag samt den offentliga sektorn.

PwC Sverige drivs som en självständig och oberoende juridisk enhet. Vi ingår i det globala nätverket PwC och delar våra kunskaper, erfarenheter

och lösningar med 184 000 medarbetare i 157 länder för att utveckla nya perspektiv och praktiska råd.