



Der Deloitte CFO Survey

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 60 Ländern führen nationale CFO Surveys durch.

Methodik

Die vorliegende Studie ist der elfte deutsche Deloitte CFO Survey. Die Befragung wurde online im Zeitraum zwischen dem 14.3.2017 und dem 4.4.2017 durchgeführt. 150 CFOs deutscher Großunternehmen haben an der Befragung teilgenommen. 72% der teilnehmenden Unternehmen erzielen einen Umsatz von mehr als 500 Millionen Euro, 48% über eine Milliarde Euro. Bei der Branchenstruktur dominiert die Maschinenbauindustrie mit 14%, gefolgt vom Handel mit 11%, der Immobilienbranche mit 10%, dem Energiesektor mit 9% und dem Bankwesen mit 8%.¹

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 19.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	3
Wirtschaftsaussichten	4
(Politische) Risiken	6
Strategie	10
CFO-Sentiment im europäischen Vergleich	13
Digital Finance	16

Executive Summary

Politische Entwicklungen prägen aktuell die wirtschaftliche Lage in außergewöhnlich hohem Maße. 2016 war vom Brexit-Referendum, dem Putschversuch in der Türkei und den US-Wahlen gekennzeichnet. Die (vorhersehbaren) politischen Risiken in 2017 schließen die Wahlen in der EU und damit verbundene Gefahren eines Aufschwungs für populistische und protektionistische Parteien in Europa ein.

Die deutschen CFOs nehmen diese politischen Entwicklungen sehr ernst und betrachten sie nach wie vor als die größten Risiken für ihre Unternehmen. Konkret erwarten sie sowohl steigenden Protektionismus im internationalen Handel wie auch eine zunehmend populistische Wirtschaftspolitik und sehen sich dadurch direkt bedroht. Dies gilt vor allem für die Maschinenbauindustrie und den Tech-Sektor wie auch für die Bank- und Immobilienbranche und die Konsumgüterindustrie. Die Unternehmen reagieren strategisch mit einer Überprüfung ihrer Investitionspläne und ihrer Lieferketten sowie mit einer Integration politischer Risiken in ihr Risikomanagement und ihre strategische Planung.

Trotz der politischen Risiken bewerten CFOs die aktuelle wirtschaftliche Lage als herausragend. Fast alle CFOs sehen sie als gut oder sehr gut an, überwiegend wird sogar noch eine weitere Verbesserung erwartet. Ebenso schätzen die CFOs die wirtschaftliche Lage in den USA, China und der Eurozone gut ein und sehen eine Verbesserung der Aussichten. Auch auf der Unternehmensebene zeigt sich dieses positive Bild: die Geschäftsaussichten verbessern sich, die Investitionsbereitschaft steigt, und der Fokus auf Innovation und offensive Strategien wird verstärkt.

Die Mitarbeiter der Finanzfunktion sind auf die digitale Transformation ihres Fachbereichs noch unzureichend vorbereitet. Defizite bestehen insbesondere beim digitalen Fachwissen und der Unternehmenskultur. Investitionen in Analytics-Anwendungen dienen (immer noch) an erster Stelle der Kostensenkung durch Prozess-Automatisierung; konkrete Anwendungsfälle zur Optimierung der Entscheidungsunterstützung scheinen teilweise noch zu fehlen. Den wesentlichen Investitionsschwerpunkt bilden kundenbezogene Analytics-Anwendungen.

Zwei Drittel der CFOs erwarten steigenden Protektionismus, **60%** populistische Wirtschaftspolitik in wichtigen Märkten

50% überprüfen ihre Investitionspläne aufgrund von politischen Risiken, 35% ihre Lieferketten

96% der CFOs bewerten die wirtschaftliche Lage Deutschlands als gut/sehr gut, Investitionsbereitschaft nimmt zu

49% der CFOs legen den Investitionsschwerpunkt im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie auf kundenbezogene Analytics-Anwendungen

Wirtschaftsaussichten

Wirtschaftliche Lage mehr als rosig, Aussichten positiv

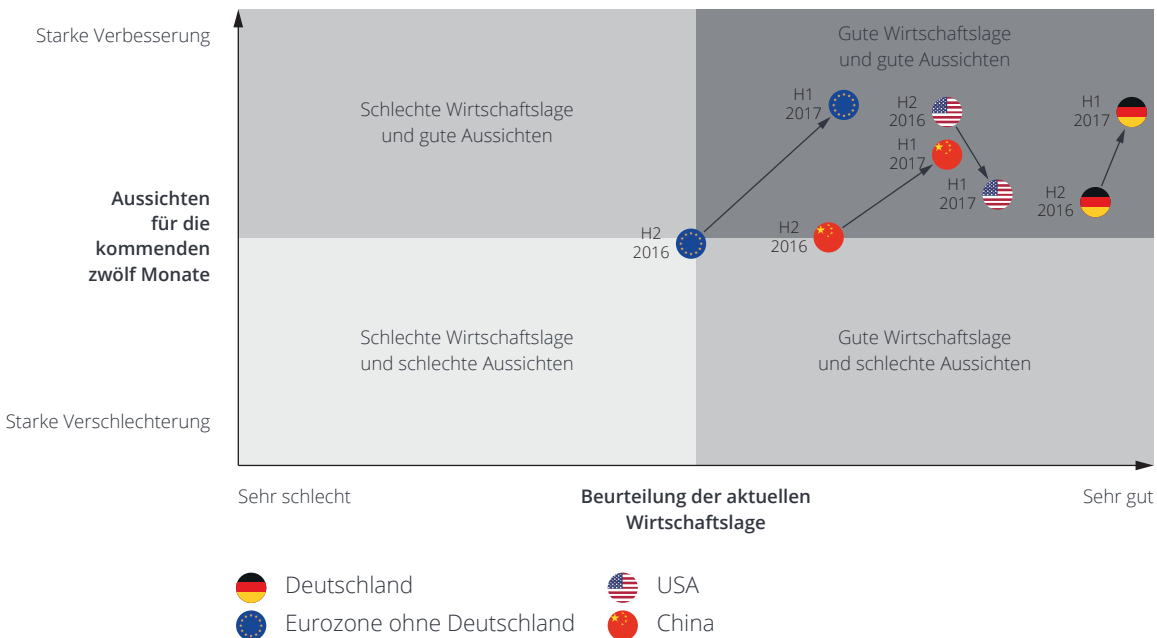
Die wirtschaftliche Lage in den wichtigsten Weltregionen ist aus der Perspektive der CFOs außerordentlich gut. Fast jeder befragte CFO (96%) schätzt die wirtschaftliche Lage in Deutschland als gut oder sehr gut ein. Fast drei Viertel (72%) beurteilen die US-Situation ebenso; die Werte für China (58%) und die Eurozone (39%) sind seit dem Herbst 2016 sehr deutlich gestiegen.

Auch die Beurteilung der wirtschaftlichen Aussichten lässt auf einen fortgesetzten Aufschwung hoffen. Für jede Weltregion ist die Zahl der Optimisten deutlich höher als die der Pessimisten. Für Deutschland und die USA erwartet ungefähr ein Drittel der CFOs eine weitere Verbesserung, für die Eurozone sind es knapp 40% und für China ein gutes Fünftel. Damit sind sowohl die Lagebeurteilung wie auch die Aussichten für alle Länder im positiven Bereich, auch wenn die Aussichten für die USA seit dem letzten Herbst zurückgegangen sind (s. Abb. 1).

Abb. 1 – Wirtschaftliche Lage und Aussichten

Fragen: Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Lage in den folgenden Ländern/Regionen?*

Was erwarten Sie für die wirtschaftliche Lage in einem Jahr in den folgenden Ländern/Regionen?*



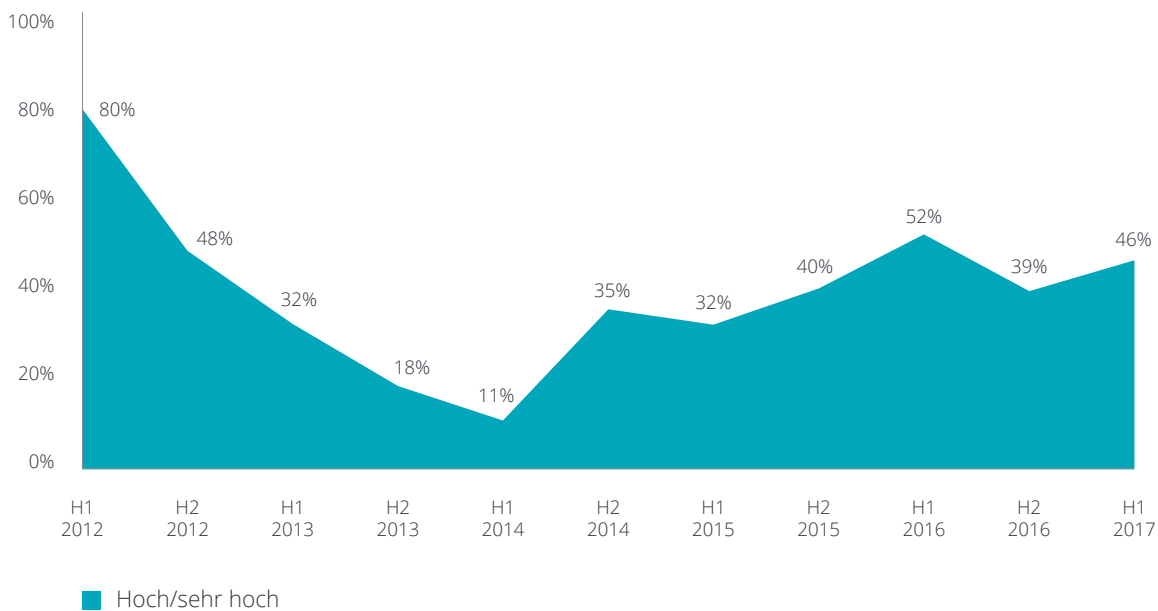
* Indexwert

Gleichzeitig steigt die wahrgenommene Unsicherheit im ökonomischen und finanziellen Umfeld in der CFO Perspektive auf einen der höchsten Werte in den vergangenen fünf Jahren an. Fast die Hälfte der CFO beurteilt das derzeitige Niveau der Unsicherheit als hoch oder sehr hoch. Vor allem die Maschinenbau- und Technologiebranche nimmt eine hohe Unsicherheit wahr. Die eher binnenwirtschaftlich orientierten Branchen wie Energie oder Gesundheit beurteilen die Unsicherheit demgegenüber als sehr viel niedriger (s. Abb. 2).

Unsicherheit im ökonomischen und finanziellen Umfeld erreicht einen der höchsten Werte der vergangenen fünf Jahre.

Abb. 2 – Unsicherheit

Frage: Wie schätzen Sie das momentane Niveau der Unsicherheit im ökonomischen und finanziellen Umfeld ein?



(Politische) Risiken

Geopolitik bleibt größtes Risiko

Politische Entwicklungen bleiben auch 2017 mit Abstand am bedrohlichsten für die CFOs. Jeder Zweite sieht das Risikopotential geopolitischer Trends für das eigene Unternehmen als hoch an. Die größte Betroffenheit in einer Sektorperspektive

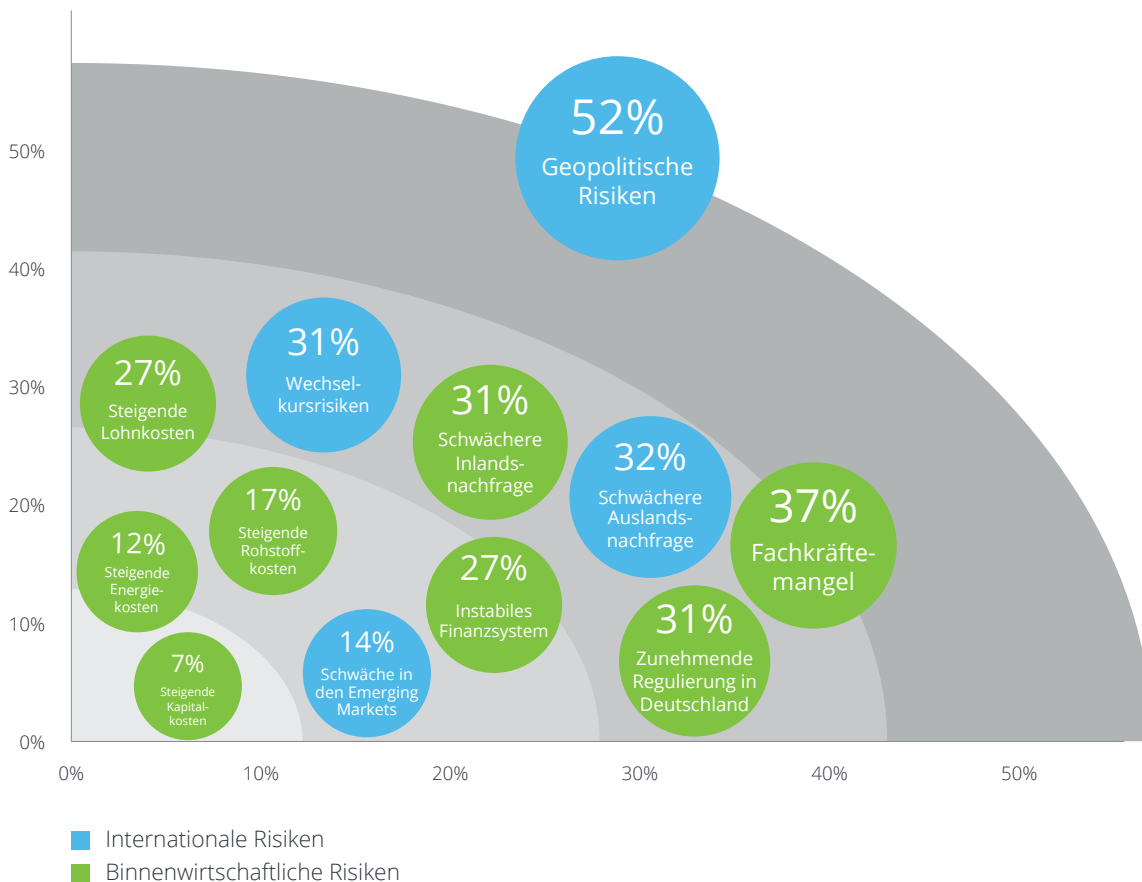
weisen der Maschinenbau, die Bankindustrie und der Technologiesektor auf, hier sehen sich mehr als 70% der CFOs von geopolitischen Risiken als betroffen.

Der Fachkräftemangel, schwächere In- und Auslandsnachfrage und Wechselkursrisi-

ken sind zwar ebenfalls bedeutsam, liegen aber deutlich dahinter. Die Sorge um die Emerging Markets scheint vorüber zu sein, nur noch 14% sehen eine Schwäche in den Emerging Markets als großes Risiko (s. Abb. 3).

Abb. 3 – Risikofaktoren in den nächsten zwölf Monaten

Frage: Welche der folgenden Faktoren stellen für Ihr Unternehmen in den nächsten zwölf Monaten ein hohes Risiko dar?



Protektionismus und Populismus als Hauptgefahren

Unter den politischen Risiken fürchten die deutschen CFOs besonders die Gefahren von wachsendem Protektionismus im internationalen Handel sowie das Aufkommen populistischer Wirtschaftspolitik in wichtigen Märkten. Das Eintreten beider Risiken wird gleichzeitig als wahrscheinlich angesehen.

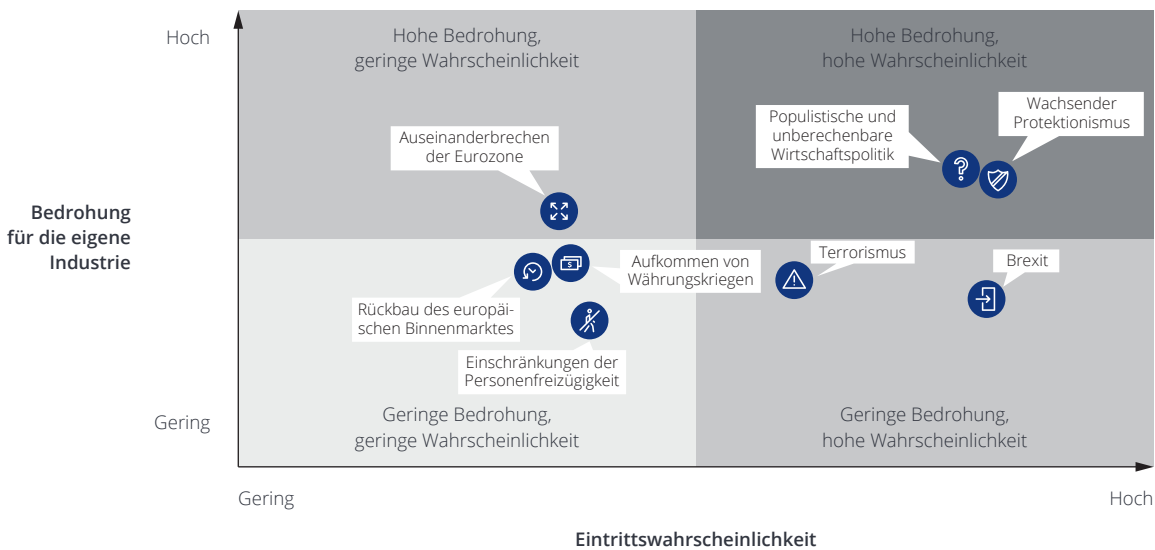
Zwei Drittel halten wachsenden Protektionismus für wahrscheinlich und knapp die Hälfte hält ihn für bedrohlich für die eigene Industrie. Populistische Wirtschaftspolitik halten 60% für wahrschein-

lich und 48% für bedrohlich für die eigene Industrie. Protektionismus fürchten vor allem die Maschinenbauindustrie und der Technologiesektor. Die Konsumgüterindustrie, das Bankwesen und der Immobiliensektor sehen sich durch populistische Wirtschaftspolitik bedroht.

Ein Auseinanderbrechen der Eurozone wird für sehr unwahrscheinlich gehalten (7%), hätte aber große Auswirkungen, vor allem für die Konsumgüterindustrie und das Bankwesen. Den Brexit fürchten vor allem die Konsumgüterindustrie, der Technologiesektor, das Bankwesen und der Handel.

Abb. 4 – Eintrittswahrscheinlichkeit und Bedrohung und politische Risikofaktoren

Fragen: Für wie hoch halten Sie die Eintrittswahrscheinlichkeit der folgenden politischen Risiken?*/Welche der folgenden politischen Risiken halten Sie für am bedrohlichsten für Ihre Industrie?* (Mehrfachnennungen möglich)



* Indexwert

Investitionen auf dem Prüfstand

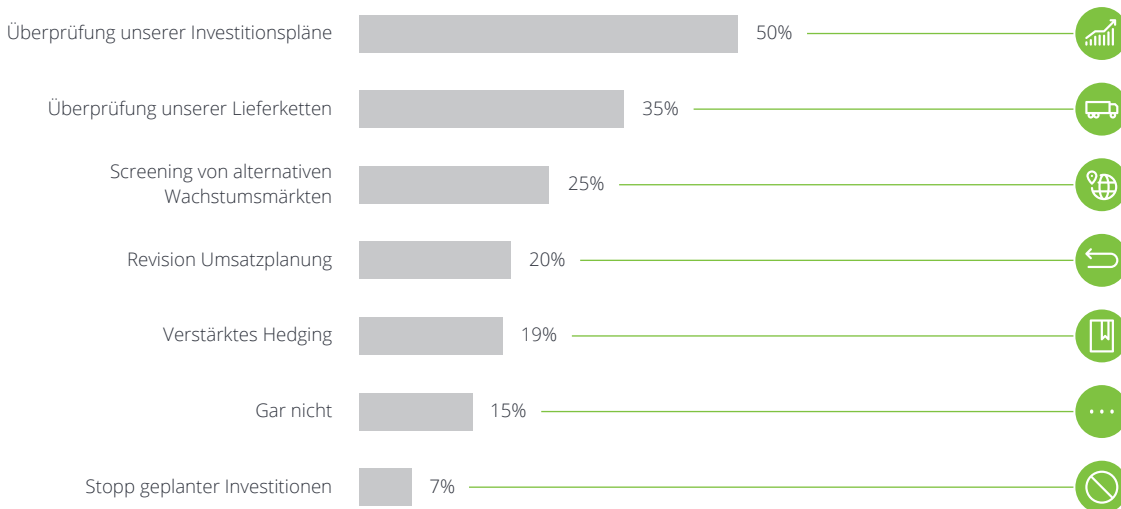
Die politischen Risiken haben sehr handfeste Auswirkungen auf das strategische Handeln der deutschen Unternehmen. Investitionen und Lieferketten stehen hierbei im Fokus. Exakt die Hälfte der Unternehmen überprüft aufgrund der politischen Risiken ihre eigenen Investitionspläne und ein gutes Drittel überprüft ihre Lieferketten.

Vor allem Banken überprüfen ihre Investitionspläne (58%); eine Überprüfung

der Lieferkette steht bei den konsumenten-orientierten Firmen oben auf der Agenda, beispielsweise bei 79% der Konsumgüter-CFOs und bei 56% der CFOs von Handelsunternehmen. Die radikalste Maßnahme, ein Stopp geplanter Investitionen, steht bei relativ wenigen Unternehmen aktuell zur Diskussion. Dies ist ein Indiz, dass sich die deutschen Unternehmen momentan auf die politischen Risiken vorbereiten und damit auseinandersetzen, aber noch keinen akuten Handlungsbedarf sehen (s. Abb. 5).

Abb. 5 – Strategische Reaktionen auf politische Risiken

Frage: Wie reagiert Ihr Unternehmen auf aktuelle politische Risiken in strategischer Hinsicht? (Mehrfachnennungen möglich)



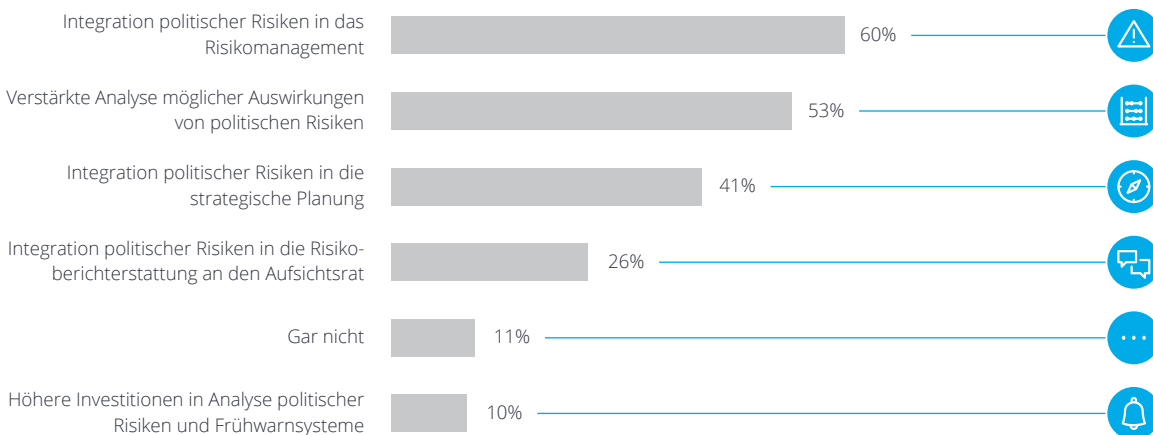
Unternehmen erweitern Risikomanagement

Das Management politischer Risiken wird zu einem zentralen Pfeiler des Risikomanagements deutscher Unternehmen. 60% der Unternehmen integrieren politische Risiken verstärkt in ihr Risikomanagement und 40% in ihre strategische Planung. Die Hälfte der Unternehmen unternimmt verstärkte Anstrengungen zur Analyse der Auswirkungen politischer Risiken.

Führend in dieser Hinsicht sind der Bankensektor und die Konsumgüterindustrie. In der Konsumgüterindustrie haben knapp zwei Drittel der CFOs politische Risiken sowohl in das Risikomanagement als auch in die strategische Planung integriert. Integriert in das Risikomanagement sind politische Risiken aber auch bei über 70% der Unternehmen aus dem Immobilien- und Technologiesektor (s. Abb. 6).

Abb. 6 – Politische Risiken und interne Organisation

Frage: Wie reagiert Ihr Unternehmen auf aktuelle politische Risiken in Ihrer internen Organisation? (Mehrfachnennungen möglich)



Strategie

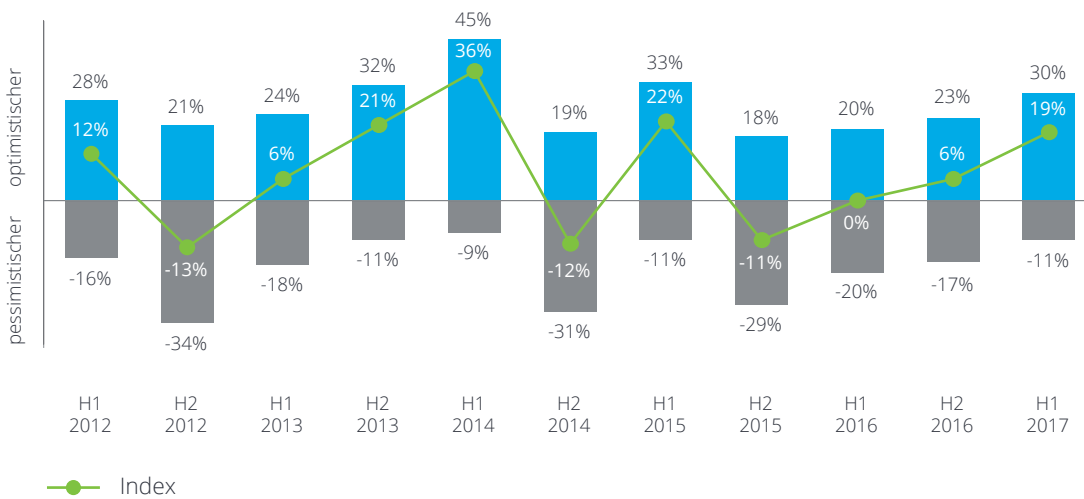
Geschäftsaussichten positiv

Die Unternehmen beurteilen ihre eigene Lage zunehmend optimistischer. Die Geschäftsaussichten steigen das dritte Mal in Folge auf den immerhin vierthöchsten Wert der letzten fünf Jahre. Besonders optimistisch zeigen sich die Branchen Maschinenbau und Immobilien, während die Bankenbranche am pessimistischsten ist. Das erste Mal seit langem sind die Großunternehmen zuversichtlicher als der gehobene Mittelstand (s. Abb. 7).

Aufwärtstrend der Geschäftsaussichten ungebrochen

Abb. 7 - Geschäftsaussichten

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



Investitionsbereitschaft nimmt zu

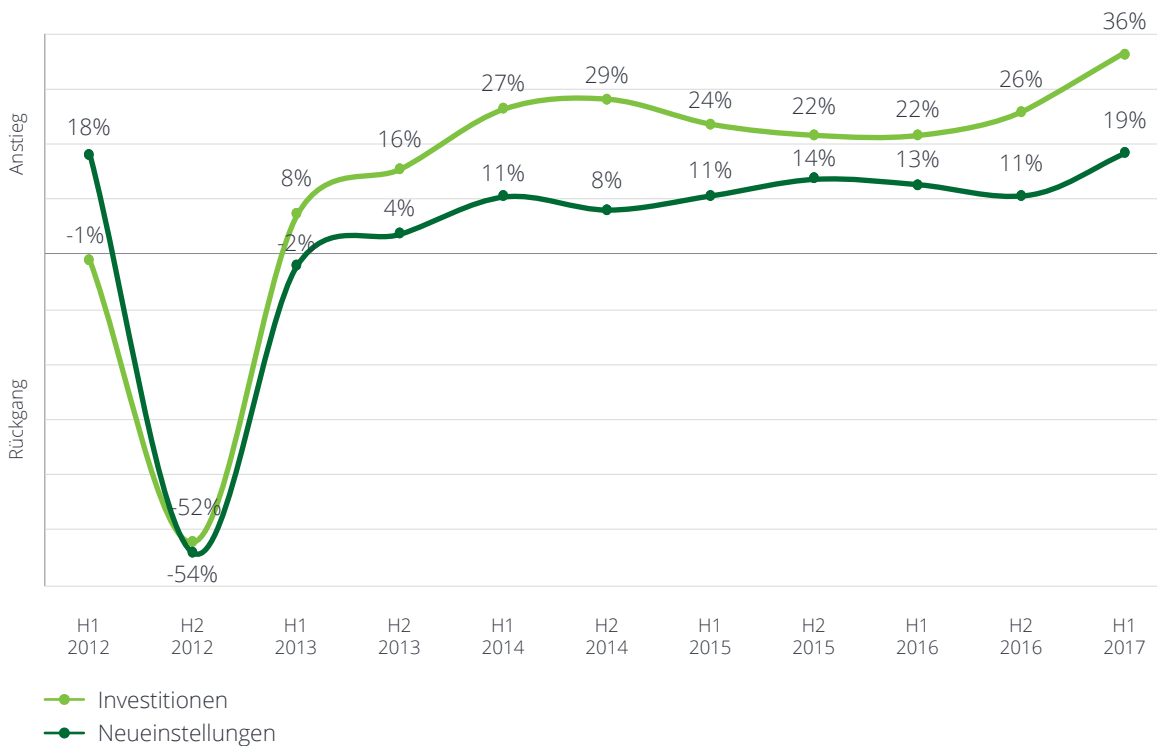
Die Investitionen sind seit mehreren Jahren die Achillesferse des Aufschwungs in Deutschland, da sie sich sehr viel schwächer entwickeln als in vergleichbaren früheren Konjunkturphasen. Aktuell gibt es das erste Mal seit Jahren Grund für Optimismus. Die Investitionsbereitschaft bricht aus dem engen Korridor der

letzten Jahre aus und steigt das erste Mal deutlich. Der Saldowert steigt auf 36% an, und damit auf den höchsten Wert seit Beginn der CFO Surveys.

Besonders investitionsfreudig sind aktuell die Unternehmen im Maschinenbau und im Energiesektor sowie generell die exportorientierten Firmen (s. Abb. 8).

Abb. 8 - Entwicklung von Investitionen und Neueinstellungen in den nächsten zwölf Monaten (Indexwert)

Frage: Wie werden sich Ihrer Ansicht nach die folgenden Kennzahlen für Ihr Unternehmen über die nächsten zwölf Monate verändern?



Innovation im Fokus

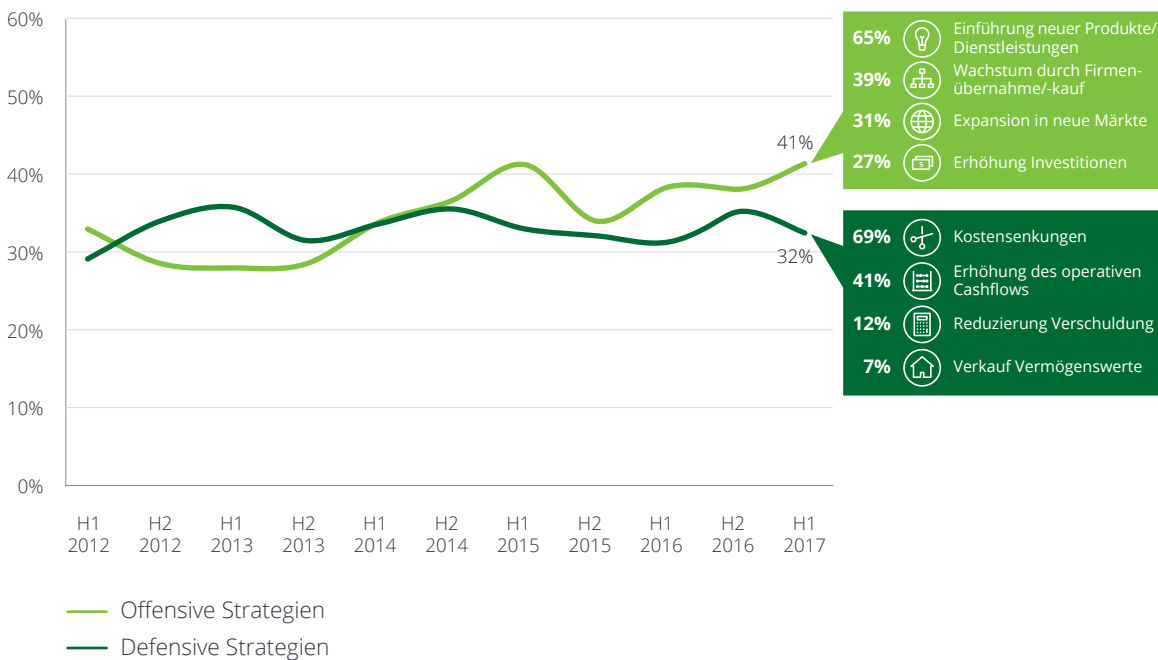
Die strategischen Prioritäten der Unternehmen zeigen zwei bemerkenswerte Änderungen im Vergleich zum letzten Herbst. Generell verschiebt sich der Fokus in Richtung offensive Strategien, die deutlich gewinnen, während die defensiven Strategien verlieren. Innerhalb der offensiven Strategien legen die CFOs eine sehr viel stärkere Priorität auf die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen

gen. Für zwei Drittel steht Innovation im Zentrum der strategischen Prioritäten; im Herbst 2016 galt dies für etwas über die Hälfte.

Vor allem die Konsumgüterindustrie und der Maschinenbau konzentrieren sich auf Innovation. In der Konsumgüterindustrie ist Innovation für exakt 100% der CFOs eine Priorität, in der Maschinenbaubranche für drei Viertel (s. Abb. 9).

Abb. 9 – Strategische Prioritäten für die nächsten zwölf Monate

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



CFO-Sentiment im europäischen Vergleich

Die Stimmung unter den europäischen CFOs ist deutlich positiv und reflektiert den fortgesetzten Konjunkturaufschwung, der an Stärke gewinnt. Die Geschäftsaussichten haben sich seit letzten Herbst sehr verbessert und sind klar im positiven Bereich. Unter den großen Mitgliedsländern hinken Italien und Großbritannien mit gedämpften Erwartungen hinterher. Großbritannien ist auch das einzige Land, in dem die CFOs mit einem signifikanten Rückgang der Investitionen und Einstellungen rechnen. Die anderen großen EU-Länder zeigen eine relativ hohe Investitionsbereitschaft, vor allem Unternehmen in den Niederlanden, und planen Neueinstellungen.

Große Uneinigkeit herrscht unter den CFOs in Europa über den vielversprechendsten Weg voraus für die europäische Union. Die zentraleuropäischen CFOs in Deutschland, Belgien, Österreich und den Niederlanden sind starke Anhänger eines Europas der unterschiedlichen Geschwindigkeiten. Die süd- und osteuropäischen CFOs wollen in ihrer großen Mehrheit eine verstärkte politische und ökonomische Integration (s. Abb. 10-13).



Abb. 10 – Zukunft Europas

Frage: Welche der folgenden Optionen wäre Ihrer Meinung nach wünschenswert, um den zukünftigen Erfolg der EU bzw. Ihrer Mitglieder zu gewährleisten?

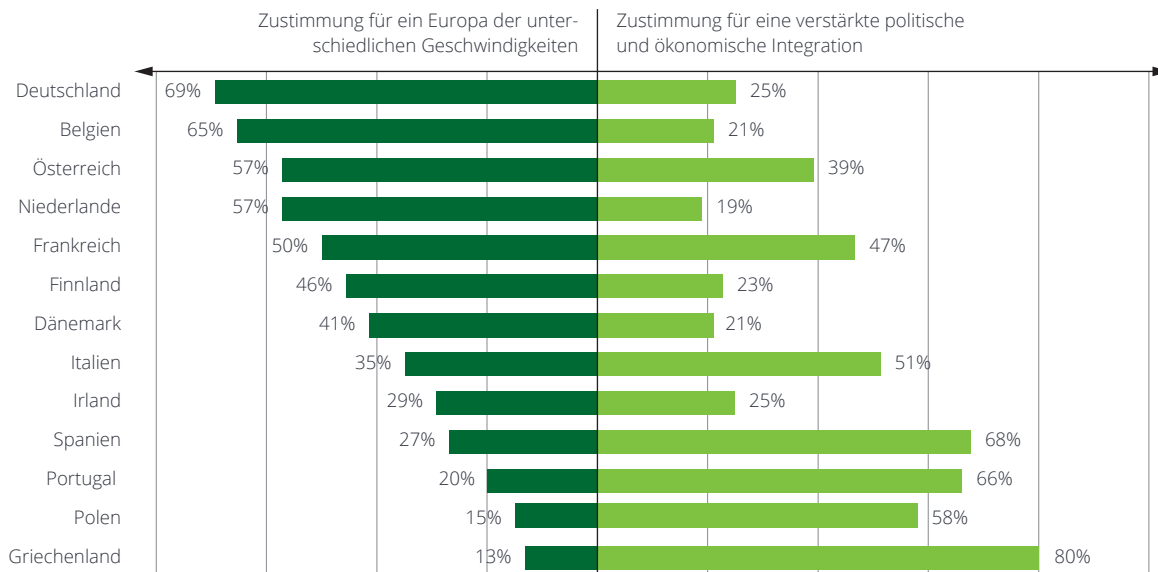


Abb. 11 – Europäische Geschäftsaussichten

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

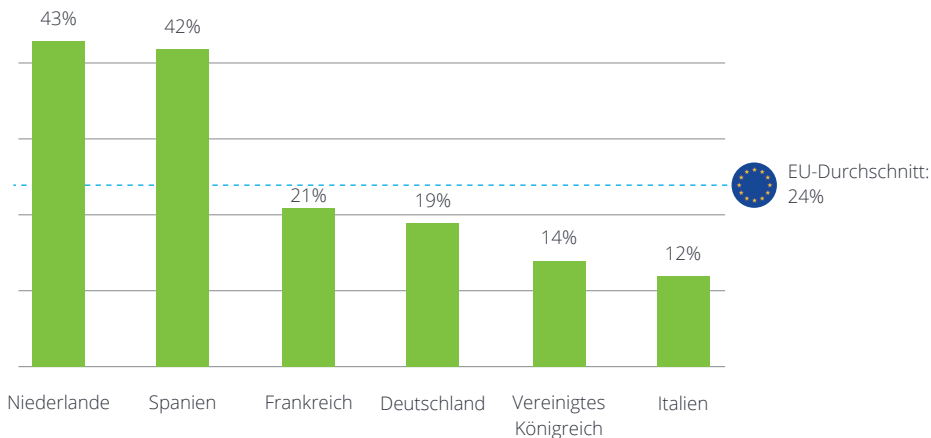


Abb. 12 – Europäische Investitionsbereitschaft

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

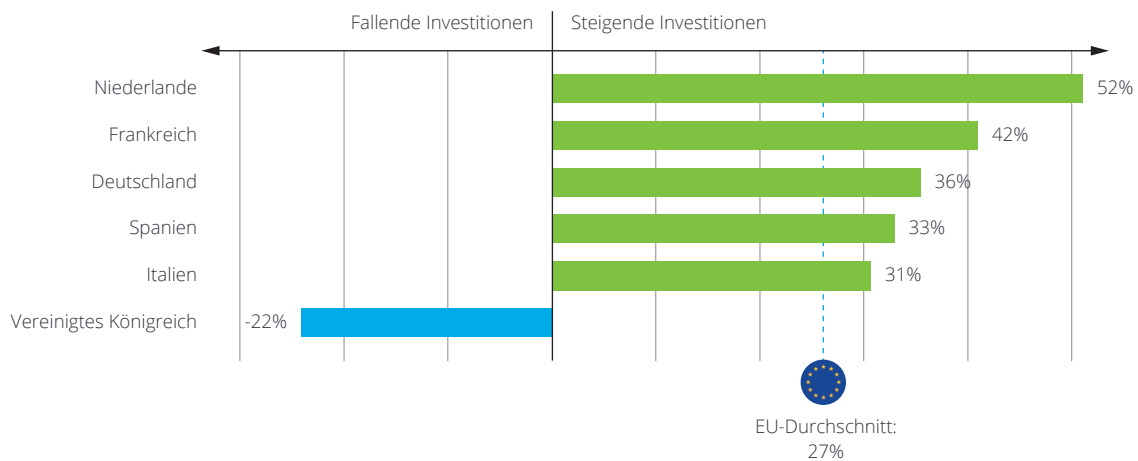
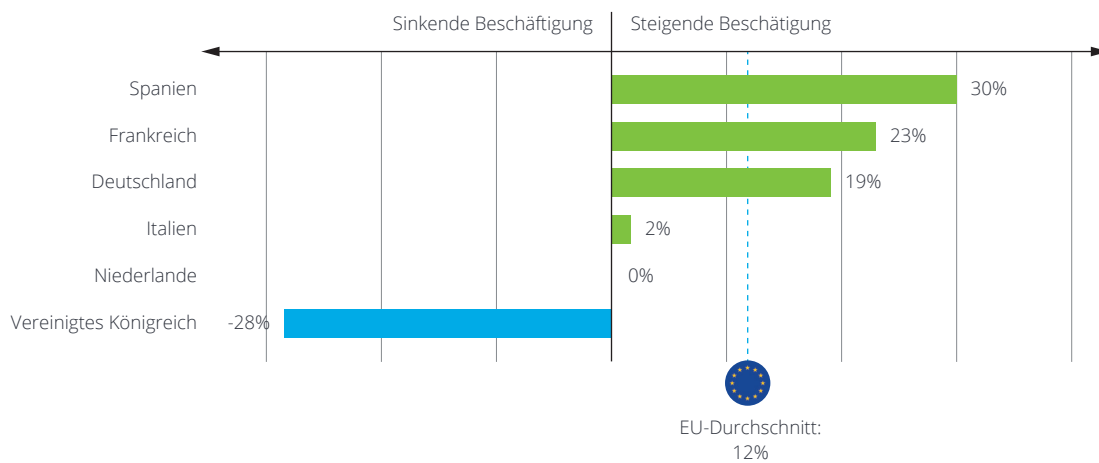


Abb. 13 – Europäische Neueinstellungen

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



Digital Finance

Die weitergehende Digitalisierung der Finanzfunktion führt nach Einschätzung der deutschen CFOs zu einem grundlegenden Wandel des Fähigkeitsprofils der Mitarbeiter (siehe CFO Survey Herbst 2016).

Fähigkeitslücke besteht weiterhin

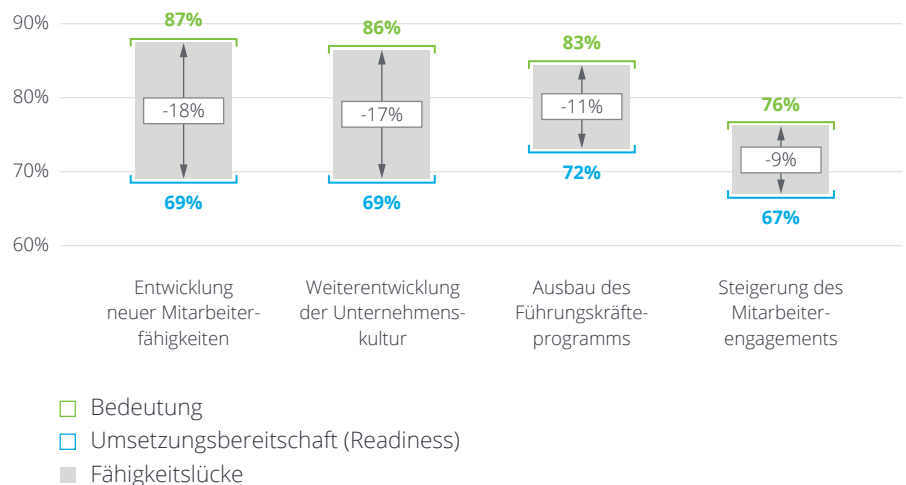
Dabei setzen die Unternehmen ein breites Spektrum an Personalmaßnahmen ein, um dieses Fähigkeitsprofil aktiv zu entwickeln. Die Analyse zeigt jedoch, dass in Bezug auf alle Maßnahmen eine Fähigkeitslücke besteht, d.h. die Bedeutung der einzelnen Maßnahmen wird jeweils höher eingeschätzt als der derzeitige Wissensstand.

Die größte Fähigkeitslücke besteht demnach bei den fachlichen Fähigkeiten der Mitarbeiter, z.B. beim Verständnis digitaler Technologien, der Auswertung großer Datenbestände (Data Science) oder dem notwendigen Geschäftsverständnis. Ein vergleichbares Defizit sehen die CFOs bei der Unternehmenskultur. Im Rahmen der digitalen Transformation übt die Unternehmenskultur einen großen Einfluss auf den Einsatz neuer Prozesse und Technologien aus, indem sie Experimentierfreude, Innovation und Veränderungsbereitschaft aktiv fördert und damit ein Umfeld schafft, in dem die Mitarbeiter den digitalen Wandel erfolgreich gestalten können. Die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur in diese Richtung wird von den CFOs als sehr bedeutsam eingeschätzt.

Die Führungskräfte innerhalb der Finanzfunktion sehen die CFOs vergleichsweise gut auf die Digitalisierung vorbereitet, die Fähigkeitslücke ist hier deutlich geringer. Das Engagement der Mitarbeiter bereitet den CFOs im Rahmen der Digitalisierung die geringsten Sorgen, obwohl auch hier ein Handlungsbedarf besteht (s. Abb. 14).

Abb. 14 – Personalmaßnahmen im Rahmen der Digitalisierung

Frage: Welche Bedeutung messen Sie den folgenden Personalmaßnahmen im Rahmen der digitalen Transformation der Finanzfunktion zu und wie hoch ist die Umsetzungsbereitschaft Ihres Unternehmens?



Bedarf nach konkreten Analytics-Anwendungsfällen steigt an

Neben den Personalmaßnahmen zeigt das Investitionsverhalten der Unternehmen in Bezug auf Analytics-Anwendungen einen weiteren Stellhebel bei der Forcierung der Digitalisierung der Finanzfunktion. Trotz allen Absichtserklärungen, grundsätzlich die Qualität der Entscheidungsunterstützung im Rahmen der Digitalisierung zu verbessern, besteht das wichtigste Ziel bei den Analytics-Investitionen in der Automatisierung von Finanzprozessen zur Kostensenkung. Dies gilt insbesondere für die Großunternehmen, während der gehobene Mittelstand das Ziel der verbesserten Entscheidungsunterstützung in Bezug auf Betriebsergebnis, Optimierungsinitiativen und Investitionen durch

Analytics-Investitionen geringfügig höher einschätzt.

Eine besondere Bedeutung spielen auch die Shared Services-Organisationen der Großunternehmen bei den Analytics-Investitionen. Knapp zwei Drittel der Großunternehmen verfolgen mit ihren Analytics-Investitionen das Ziel, die funktionsübergreifenden Prozesse zu optimieren und das Datenpotenzial ihrer Shared Services-Organisationen besser auszuschöpfen. Im Mittelstand beträgt dieser Wert lediglich ein gutes Drittel.

Nur mit einer geringeren Priorität verfolgen die Unternehmen das Ziel, konkrete Analytics-Anwendungen zu entwickeln, sei es in Bezug auf Märkte, Kunden, Unter-

nehmensperformance oder Risikomanagement. Dies ist ein klares Indiz, dass viele Unternehmen noch immer damit beschäftigt sind, konkrete Anwendungsfälle im Rahmen ihrer Analytics-Initiativen zu identifizieren.

Dieser Eindruck wird dadurch verstärkt, dass die Entwicklung von Algorithmen und Modellen zur Prognose von Geschäftsergebnissen ganz unten auf der Prioritätenliste steht. Ein Vergleich mit amerikanischen CFOs zeigt hier einen deutlichen Unterschied: Für 36% der amerikanischen CFOs bilden die Prognose von Geschäftsergebnissen eine hohe Priorität (s. Abb. 15).

Abb. 15 – Hauptziele der Analytics-Investitionen

Frage: Was sind die Hauptziele Ihres Unternehmens bei den Analytik-Investitionen?



Kunden-Anwendungen bilden Investitionsschwerpunkte

Bei der Analyse der Investitionsschwerpunkte stehen die Analytics-Anwendungen in Bezug auf das Kundenverhalten und die Kundenprofitabilität ganz eindeutig im Vordergrund. Dies gilt insbesondere für die Großunternehmen. Mit einigem Abstand beziehen sich die Investitionen auf die Optimierung der eigenen Produktionsprozesse sowie auf die Produktprofitabilität.

Der weitergehende Vergleich der Investitionsschwerpunkte zwischen Großunternehmen und gehobenem Mittelstand zeigt, dass die Großunternehmen zusätzliche Analytics-Anwendungen mit einer hohen Bedeutung in ihren Investitions-

plänen berücksichtigen. Im Vergleich zum Mittelstand investieren die Großunternehmen mehr in Analytics-Anwendungen zur Optimierung der Lieferketten sowie der Vertriebswege.

Die geringsten Investitionsmittel fließen sowohl bei den Großunternehmen als auch im Mittelstand in interne Analytics-Anwendungen, nämlich Bilanz- und Workforce-Analytics. Auch hier zeigt der Vergleich mit den nordamerikanischen CFOs einen wesentlichen Unterschied. Während auch bei diesen die kundenbezogenen Analytics-Anwendungen an erster Stelle stehen, folgen unmittelbar darauf die internen bilanz- und mitarbeiterbezogenen Analytics-Anwendungen (s. Abb. 16).

Abb. 16 – Investitionsschwerpunkte

Frage: In welchen Analytik-Bereichen hat Ihr Unternehmen signifikante Investitionen getätigt und/oder wird tätigen?



Teilnehmerstruktur

Abb. 17 – Branchenzugehörigkeit
(N=150)

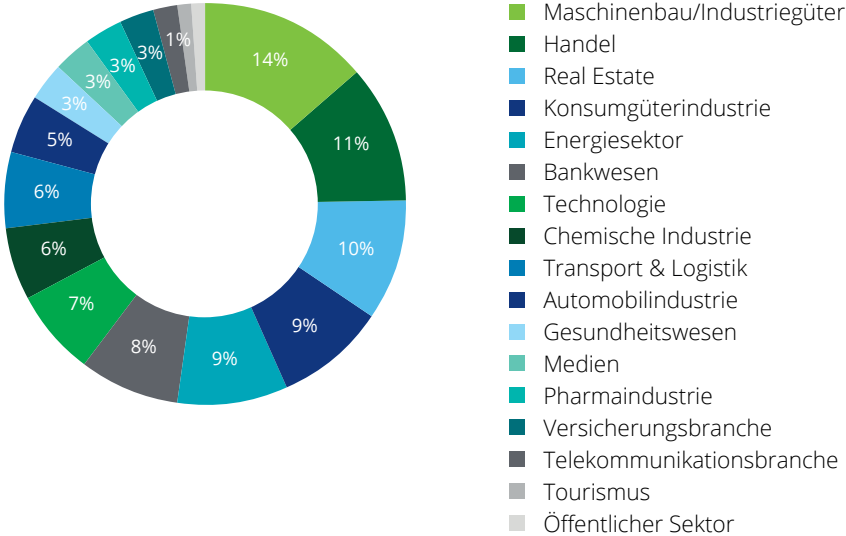
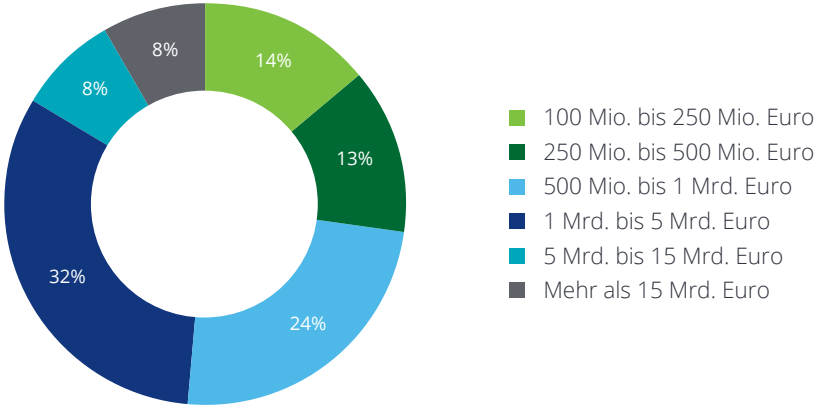


Abb. 18 – Umsatz
(N=150)



Ihre Ansprechpartner

Kontakt

Wenn Sie an unserem Survey teilnehmen, die Ergebnisse diskutieren möchten oder Anregungen für uns haben, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter cfo_program@deloitte.de oder Ihre Registrierung unter www.deloitte.com/de/cfosurvey.



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

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite unter www.deloitte.com/de/cfo-survey-fruehjahr-2017

Deloitte.

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 Audit, Risk Advisory, Tax, 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 mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

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.

Stand 5/2017

