

Lünendonk®-Studie 2009

Führende Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland

Umsätze • Märkte • Strukturen • Tendenzen

Kaufbeuren, September 2009

LÜNENDONK



Autoren:

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Antonia Schultheiß, Consultant

Auswertungen: Werner Weigelt, Consultant Marktforschung

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Unternehmensangaben und Berechnungen

Herausgeber und Copyright:

LÜNENDONK GmbH • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren

Tel.: 08341-96636-0 • Fax: 08341-96636-66 • Internet: www.luenendonk.de

Inhaltsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis.....	3
Vorwort.....	7
Einleitung.....	10
Methodologie.....	16
Teil 1: WP-Gesellschaften.....	25
Kapitel 1: Entwicklung des Wirtschaftsprüfungs-Marktes in Deutschland.....	26
Kapitel 2: Umsätze und Umsatzprognosen.....	32
Kapitel 3: Umsatzveränderungen.....	47
Kapitel 4: Mitarbeiterveränderung.....	65
Kapitel 5: Personalstruktur.....	88
Kapitel 6: Personalentwicklung.....	98

Inhaltsverzeichnis (2)

Kapitel 7: Leistungsspektrum.....	100
Kapitel 8: Wirtschaftsprüfer versus Managementberater.....	117
Kapitel 9: Honorare.....	122
Kapitel 10: Nebenkosten.....	139
Kapitel 11: Pro-Kopf-Umsätze.....	144
Kapitel 12: Marktsektoren.....	161
Kapitel 13: Trends in der WP-Branche.....	168
Kapitel 14: Das Verhältnis zum Kunden/Mandanten.....	190
Kapitel 15: Ergebnis der Tätigkeit.....	193
Kapitel 16: Die wichtigsten Aussagen zur Geschäftstätigkeit.....	196
Kapitel 17: Internationale Beratung.....	205

Inhaltsverzeichnis (3)

Kapitel 18: Wettbewerber.....	212
Kapitel 19: Peer Review.....	218
Exkurs: Kapitel 20: Big Four.....	223
Kapitel 21: Partnernetzwerke und Kooperationen.....	248
Kapitel 22: Gründungsjahre.....	260
Kapitel 23: Gesellschaftsformen.....	263
Kapitel 24: Standorte der Firmenzentrale	266
Teil 2: Netzwerke.....	270
Kapitel 25: Entwicklung, Umsätze und Umsatzprognosen.....	274
Kapitel 26: Umsatzrendite und Umsatz mit Partnerunternehmen.....	285
Kapitel 27: Wettbewerber.....	289

Inhaltsverzeichnis (3)

Kapitel 28: Behinderungsfaktoren und Wachstumspotenziale.....	292
Kapitel 29: Umsatzverteilung und Leistungsspektrum	297
Kapitel 30: Mitarbeiterveränderung.....	302
Kapitel 31: Fazit.....	308
Kapitel 32: Unternehmensprofile der Top 25 Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften in Deutschland	313
Abbildungsverzeichnis.....	339
Anhang.....	349
Rechtliche Hinweise.....	350
Auf einen Blick.....	352
Portfolio-Struktur der Lünendonk GmbH.....	353
Weitere Informationen.....	354

Einleitung

Einleitung (1)

- Der Wirtschaftsprüfungs-Markt (WP) ist im Wandel. Bei der Analyse der führenden WP-Gesellschaften und Steuerberatungen in Deutschland wurde festgestellt, dass die Gesellschaften sich wieder zunehmend auf ihre „originäre“ Tätigkeit der Prüfung rückbesinnen. Die Advisory-Sparte verliert – aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen – in Teilbereichen an Bedeutung.
- Diese Anbieterbefragung steht unter dem Eindruck der Finanz- und Wirtschaftskrise. So stellt sich in diesem Jahr die Frage, ob die WP-Branche – provokant formuliert – als Gewinner der aktuellen Situation hervorgeht.
- Im deutschen Markt sind Studien über Umsätze, Entwicklungen, Trends und Restriktionsfaktoren von Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften rar. Unternehmen unterhalb der so genannten Big Four werden in den Medien selten erwähnt.
- Nach drei erfolgreichen Publikationen über den deutschen Wirtschaftsprüfungs-Markt legt die Lünendonk GmbH, Kaufbeuren, in diesem Jahr die vierte umfassende Studie mit dem Titel „Führende Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-Gesellschaften in Deutschland“ vor. Der Erfolg der Studie aus den Vorjahren sowie viele persönliche Gespräche in den Prüfungsunternehmen trugen dazu bei, dass deutlich mehr Unternehmen ihre Umsatz- und Mitarbeiterzahlen kommunizierten als im Vorjahr. Darüber hinaus beantworteten sie weitere Fragen über Portfolio, Branchenschwerpunkte, Honorierungsmodelle, Trends, Chancen und Risiken.
- Die Lünendonk GmbH gibt seit 1983 Rankings für ausgewählte Segmente des Wirtschaftszweiges „qualifizierte Business-to-Business-Dienstleister“ heraus. Dazu zählen IT-Beratungs- und Systemintegrations-Unternehmen, IT-Service-Unternehmen, Managementberatungen, Weiterbildungs-, Zeitarbeits- und Facility-Management-Unternehmen sowie – erstmalig im Jahr 2006 – Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften in Deutschland.
- Um dem erweiterten Tätigkeitsspektrum der WP-Gesellschaften gerecht zu werden, wurde der Titel der Studie „Führende Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-Gesellschaften in Deutschland“ eingeführt. Denn eine Vielzahl der analysierten Unternehmen bieten neben den so genannten Audits auch Steuer-, Rechts- und/oder Finanzierungsberatung an. Auch Management- und IT-Beratungskompetenzen sind festzustellen. Bei drei der vier großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, den Big Four, nimmt der Anteil an Wirtschaftsprüfungs-Leistungen weniger als 50 Prozent des Gesamtumsatzes ein! Diese Verteilung trifft auch auf alle 67 Studienteilnehmer zu. Erstmals hatte

Einleitung (2)

Steuerberatung im Durchschnitt einen höheren Umsatzanteil als Wirtschaftsprüfung.

- Ferner entstehen aufgrund der Marktkonsolidierung neue Netzwerke und Unternehmensgruppen. Teilweise ist aufgrund der schwer zu durchschauenden Beteiligungsstruktur eine Einordnung schwierig. Daher gliedert sich die diesjährige Studie in zwei Teile: der erste Teil umfasst die klassischen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften der zweite Teil der Studie widmet sich ausschließlich den Netzwerken.
- Drei Gründe haben die Lünendonk GmbH 2006 bewogen, den Wirtschaftsprüfungs-Markt näher zu beleuchten. Erstens: die Branche weist überdurchschnittliche Wachstumsraten auf. Zweitens: immer mehr Managementberatungen geben an, in Ausschreibungen vermehrt gegen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften antreten zu müssen. Und drittens: namhafte Partner von unterschiedlichen Unternehmen hegen den Wunsch, aufgrund der hohen Heterogenität des Marktes und der Dominanz der Big Four eine Lünendonk®-Liste und -Studie über dieses Marktsegment zu erstellen.
- Wegen der eben skizzierten Heterogenität des Wirtschaftsprüfungs-Marktes unterliegt das Top-25-Ranking wie im

Vorjahr verschiedenen Kriterien: mehr als 50 Prozent des Umsatzes müssen aus Wirtschaftsprüfungs-, Steuerberatungs- und Rechtsberatungstätigkeiten resultieren. Zudem werden nur selbstständig operierende Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften erfasst.

- Internationale und nationale Netzwerke werden ebenfalls in die Studie einbezogen, tauchen aber aus Rücksicht auf die Vergleichbarkeit nicht in der Lünendonk®-Liste auf.
- Das Inhaltsspektrum ist nochmals deutlich erweitert und der Nutzwert durch weitere Kreuzauswertungen gesteigert worden. Eine Reihe von neuen Informations-Kategorien ergänzt die klassischen Kapitel, die sich mit Umsätzen, Mitarbeiterzahlen, Marktsektoren und Tätigkeiten befassen. Aufgrund der gestiegenen Teilnehmerzahl ist es wieder möglich, bestimmte Ergebnisse zu clustern (Big Four, Top 10, Top 25 und übrige Unternehmen). Neu hinzugekommenen sind unter anderem Themen wie Anzahl der betreuten Jahresabschlüsse, Fluktuationsraten sowie das Kapitel internationale Beratung. Aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise wurden speziell hierzu einige Fragen neu integriert. Natürlich geht Lünendonk auch in diesem Jahr auf die Themen Peer Review und Professional Services ein.

Einleitung (3)

- Als ergänzende Informationen sind die einzelnen Prüfungsmandate der DAX 30-, MDAX-, SDAX- und TecDAX-Unternehmen aufgelistet. Weiterhin werden Firmenprofile der führenden Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften im Anhang der Studie dargestellt. Ferner enthält diese Studie selbstverständlich die Rubrik „Fazit“, die konkrete Hinweise auf die aktuelle Situation des Marktes sowie auf die nähere Zukunft gibt. Zudem werden die zurückliegenden, aktuellen und zukünftigen Entwicklungen betrachtet und analysiert.
 - Neben den reinen „statistischen“ Auswertungen hat Lünendonk in den interpretatorischen Passagen der Studie auch Einschätzungen von Mandantenunternehmen, Marktexperten sowie eigene Sichtweisen eingebracht. So werden auch Themen behandelt wie beispielsweise die Begrenzung der Haftung für Abschlussprüfer, internationale Bilanzregeln, Wettbewerbssituationen sowie die Trennung von Prüfung und Beratung.
 - Die Lünendonk GmbH ist nach zwei Jahrzehnten intensiver Marktbearbeitung und gemeinsam mit Experten aus Wissenschaft, Unternehmen und Verbänden sicher, solide Ergebnisse und Interpretationen zu liefern. Wir setzen auch in dieser Studie wieder auf das konservative Prinzip, das **Zahlen, Daten und Fakten** den Vorrang vor Meinungen gibt.
- Gleichwohl werden sich immer neue Aspekte, Ideen und Verbesserungsvorschläge ergeben. Für derartige Hinweise ist die Lünendonk GmbH stets dankbar und ruft hiermit auch die Leserinnen und Leser dieser Studie dazu auf.
- Im Vergleich zum Vorjahr ist es gelungen, die Anzahl der Teilnehmerunternehmen erneut erheblich zu steigern. Insgesamt sind 85 Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften und Netzwerke analysiert worden (2007: 73; 2006: 65).
 - Die unabhängigen Lünendonk®-Studien und -Listen erheben nicht den Anspruch, den Gesamtmarkt abzubilden. Sie konzentrieren sich darauf, die jeweils führenden Anbieter in verschiedenen Marktsegmenten zu betrachten. In der Regel repräsentieren diese Unternehmen aber einen so hohen Umsatzanteil am Markt, dass Folgerungen für die Gesamtsituation und Entwicklung durchaus möglich sind. Daneben werden einige mittelgroße und kleine Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften zu Vergleichszwecken in die Analysen einbezogen.
 - Die für diese Studie erhobenen Daten werden stets vertraulich behandelt, unternehmensspezifische Angaben außer den Umsatz- und Mitarbeiterzahlen werden nicht separat ausgewiesen.

Einleitung (4)

- Lünendonk®-Studien haben sich sowohl als Marketing- und Benchmarking-Instrument für Anbieter als auch als Hilfe für Anwender auf der Suche nach dem richtigen Lösungspartner etabliert. Zudem sind sie bei Anbietern, Mandanten und Medien gleichermaßen als unabhängiges, umfassendes Marktbarometer anerkannt.
- Die Lünendonk GmbH baut Rankings, Listen und Studien auf klaren, nachweisbaren Daten und Fakten auf. Schätzungen werden, wo möglich, vermieden. Daher sind in den meisten Übersichten nur einige wenige Positionen zu finden, an denen aus unterschiedlichen Gründen mit Schätzzahlen operiert werden musste.
- Bei der Darstellung der Ergebnisse werden häufig neben einfachen arithmetischen Durchschnittswerten auch Mediane errechnet, also zentrale Werte, die eine der Größe nach geordnete Reihe von Merkmalswerten halbieren. Gelegentlich werden auch gewichtete Durchschnittswerte verwendet, um die extrem unterschiedlichen Anbietergrößen auszugleichen.
- Das heißt: Der einfache arithmetische Durchschnitt ergibt sich aus dem Quotienten der Summe der Reihenwerte (zum Beispiel Umsätze) und der Anzahl der Glieder (zum Beispiel

Unternehmen). Das gewogene arithmetische Mittel berücksichtigt zusätzlich die „Gewichte“ der einzelnen Glieder (zum Beispiel Unternehmen), indem bestimmte statistische Merkmale vorab mit dem individuellen Umsatz der Glieder multipliziert werden. Aus der Summe dieser gewichteten Werte wird dann der Durchschnitt ermittelt.

- Diese Studie ist eine der Anbieteranalysen, wie sie von Lünendonk seit nunmehr über 25 Jahren in verschiedenen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkten erstellt werden. Diese Untersuchungen über Strukturen und Tendenzen in qualifizierten Dienstleistungsbranchen haben gezeigt, dass auf Basis der Ergebnisse solcher Studien und Strukturanalysen weiterführende Benchmarking und Positionierungen besonders gut durchgeführt werden können.
- Daher bilden die Anbieterstudien in Verbindung mit Markt- und Zielkundenbefragungen eine wichtige Basis für die Beratung von Anbieterunternehmen, auf die sich die Lünendonk GmbH als Partner der Anbieter spezialisiert hat.

Einleitung (5)

- Die Schwerpunkte der Beratungsleistungen der Lünendonk GmbH liegen dabei in der Positionierungsberatung. Mit den Leistungsfeldern Strategic Data Research (SDR), Strategic Roadmap Requirements (SRR) und Strategic Transformation Services (STS) ist die Lünendonk GmbH dabei in der Lage, die Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.
- Weitere Informationen zum Leistungsspektrum der Lünendonk GmbH finden sich im Anhang der Studie oder auf der Webseite der Lünendonk GmbH unter www.luenendonk.de.

Abbildungsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	7
Einleitung	10
Methodologie	16
Alphabetische Liste der in die Studie einbezogenen Gesellschaften mit Internet-Adresse.....	18
Teil 1: WP-Gesellschaften	25
Kapitel 1: Entwicklung des Wirtschaftsprüfungs-Marktes in Deutschland	26
Entwicklung des WP-Marktvolumens 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a.	30
Prognosen der Teilnehmer über Marktveränderungen 2009, 2009 bis 2014 p.a. sowie 2014 bis 2020 p.a. nach Wachstumsraten.....	31
Kapitel 2 Umsätze und Umsatzprognosen	32
Umsatzgruppen der Teilnehmergesellschaften 2008 und 2007.....	35
Führende Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungs-Gesellschaften in Deutschland.....	36
Gesamtumsatzwachstum 2006 bis 2008 und Gesamtumsatzerwartungen der Unternehmen 2009, 2009 bis 2014 und 2014 bis 2020 p.a.	40
Gesamtumsatzerwartungen der Unternehmen 2009, 2009 bis 2014 und 2014 bis 2020 p.a.	41
Gesamtumsatzwachstum 2008 nach Unternehmensgröße – Big Four	42
Gesamtumsatzwachstum 2008 nach Unternehmensgröße – Top 25	43
Ausgewählte Übernahmen und Fusionen im WP-Markt 2007 und 2008.....	44
International führende Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften 2008.....	46

Abbildungsverzeichnis (2)

Kapitel 3: Umsatzveränderungen	47
Gesamtumsatzveränderungen der WP-Gesellschaften 2008 nach Gruppen.....	49
Gesamtumsatzveränderungen der in die Studie einbezogenen WP-Gesellschaften 2008 und 2007.....	50
Gesamtumsatzveränderungen der WP-Gesellschaften 2007 nach 2008.....	56
Umsatzrendite 2008 und 2007 (EBIT zu Gesamtumsatz).....	63
Umsatzrendite 2008 und 2007 (EBIT zu Gesamtumsatz) – Top 25.....	64
Kapitel 4: Mitarbeiterveränderungen	65
Veränderungen der Mitarbeiterzahlen der in die Studie einbezogenen WP-Gesellschaften 2007 und 2006.....	67
Mitarbeiterveränderungen der WP-Gesellschaften 2007 nach 2008.....	73
Veränderungen von Inlandsumsatz und Inlandsmitarbeiterzahl 2007/2008.....	80
Anzahl der Mitarbeiter-Zugänge und Mitarbeiter-Abgänge 2008.....	82
Anzahl der Mitarbeiter-Zugänge und Mitarbeiter-Abgänge 2008 – Top 25.....	83
Anzahl der Mitarbeiter-Zugänge und Mitarbeiter-Abgänge 2008 – Top 25 und Top 10.....	84
Verhältnis der Mitarbeiter-Zu und Abgänge 2008 zur Gesamtmitarbeiterzahl 2008.....	85
Verhältnis der Mitarbeiter-Zu und Abgänge 2008 zur Gesamtmitarbeiterzahl 2008 – Top 25.....	86
Verhältnis der Mitarbeiter-Zu und Abgänge 2008 zur Gesamtmitarbeiterzahl 2008 – Nach Umsatzgröße.....	87
Kapitel 5: Personalstruktur	88
Personalstruktur der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007.....	90
Personalstruktur der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007 – Top 10.....	91
Personalstruktur der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007 – Gewichtet.....	93
Personalstruktur der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007 – Top 10 – Gewichtet.....	94
Personalstruktur der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007 – Big Four.....	95

Abbildungsverzeichnis (3)

Kapitel 6: Personalentwicklung	96
Personalentwicklung 2008 und 2007.....	98
Personalentwicklung 2008 – Alle Unternehmen und Top 25.....	99
Kapitel 7: Leistungsspektrum	100
Umsatzverteilung in einzelne Leistungsfelder 2008 und 2007.....	103
Umsatzverteilung in einzelne Leistungsfelder 2008 und 2007 – Top 25.....	104
Leistungsspektrum 2008 und 2007 – Gewichtet.....	106
Leistungsspektrum 2008 und 2007 – Top 25 – Gewichtet.....	107
Leistungsspektrum 2008 und 2007 detailliert.....	109
Leistungsspektrum 2008 und 2007 detailliert – Top 25.....	111
Leistungsspektrum 2008 und 2007 detailliert – Gewichtet	113
Leistungsspektrum 2008 und 2007 detailliert – Top 25 – Gewichtet	115
Kapitel 8: Wirtschaftsprüfer versus Managementberater	117
Einstellung zur These, dass der Wirtschaftsprüfer zukünftig ebenfalls die Qualifikation eines Managementberaters anbietet.....	119
Einstellung zur These, dass der Wirtschaftsprüfer zukünftig ebenfalls die Qualifikation eines Managementberaters anbietet – Top 25 und Top 10.....	120
Gründe dafür, dass der Wirtschaftsprüfer zukünftig ebenfalls die Qualifikation eines Managementberaters anbietet.....	121
Kapitel 9: Honorare	122
Durchschnittliche Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Stundensätze.....	125
Durchschnittliche Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 und 2007 – Stundensätze	126
Durchschnittliche Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Top 10 ohne Big Four.....	127

Abbildungsverzeichnis (4)

Durchschnittliche Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Tagessätze.....	128
Durchschnittliche Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 und 2007 – Tagessätze.....	129
Maximale und minimale Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Stundensätze.....	130
Maximale und minimale Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Top 10 – Stundensätze.....	131
Maximale und minimale Honorarsätze der WP-Gesellschaften 2008 – Tagessätze.....	132
Anzahl der betreuten Jahresabschlüsse in 2008 – Alle Unternehmen und Top 25.....	134
Durchschnittlicher Umsatz mit Wirtschaftsprüfung pro betreuten Jahresabschluss in 2008.....	135
Anzahl der betreuten Kunden 2008 und 2007.....	137
Anzahl der betreuten Kunden 2008 und 2007 – Top 25.....	138
Kapitel 10: Nebenkosten.....	139
Abrechnung der Nebenkosten 2008.....	141
Abrechnung der Nebenkosten 2008 – Top 25.....	142
Abrechnung der Nebenkosten 2008 – Top 10.....	143
Kapitel 11: Pro-Kopf-Umsätze.....	144
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 der WP-Gesellschaften.....	146
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Big Four.....	153
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Positionen 5 bis 25.....	154
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Big Four.....	155
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Top 10.....	156
Vergleich der Umsätze pro Steuerberater und Wirtschaftsprüfer 2008 mit dem Inlandsumsatz 2008.....	158
Vergleich der Umsätze pro Partner 2008 mit dem Inlandsumsatz 2008.....	160

Abbildungsverzeichnis (5)

Kapitel 12: Marktsektoren	161
Vergleich der durchschnittlichen Marktsektoren 2008 und Prognose 2009.....	164
Vergleich der durchschnittlichen Marktsektoren 2008 und Prognose 2009 – Top 25	165
Marktsektoren der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 – Gewichtet.....	166
Marktsektoren der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 – Gewichtet – Top 25.....	167
Kapitel 13: Trends in der WP-Branche	168
Derzeitige Behinderungsfaktoren bezüglich der Entwicklung und des Erfolgs des Unternehmens.....	171
Reformen und Gesetze als Umsatztreiber.....	172
Die Themen für die meisten Umsatzzuwächse in den nächsten zwei bis drei Jahren.....	174
Die Themen für die meisten Umsatzzuwächse in den nächsten zwei bis drei Jahren – Top 25.....	177
Die Themen für die meisten Umsatzzuwächse in den nächsten zwei bis drei Jahren – Top 10.....	179
Die schwierigsten Probleme für WP-Gesellschaften in den nächsten zwei bis drei Jahren.....	182
Die schwierigsten Probleme für WP-Gesellschaften in den nächsten zwei bis drei Jahren – 2008 zu 2007.....	183
Die schwierigsten Probleme für WP-Gesellschaften in den nächsten zwei bis drei Jahren – 2008 und 2007 – Top 25.....	184
Die schwierigsten Probleme für WP-Gesellschaften in den nächsten zwei bis drei Jahren – 2008 und 2007 – Top 10.....	185
Unternehmensbereiche bei Kundenunternehmen mit dem größten Potenzial für Wert- und Performancesteigerung.....	187

Abbildungsverzeichnis (6)

Kapitel 14: Das Verhältnis zum Kunden/Mandanten.....	190
Das Verhältnis der Wirtschaftsprüfer zu ihren Kunden/Mandanten 2008 und 2007.....	192
Kapitel 15: Ergebnis der Tätigkeit.....	193
Ergebnisversprechen an Kunden/Mandanten 2008 und 2007.....	195
Kapitel 16: Die wichtigsten Aussagen zur Geschäftstätigkeit.....	196
Die wichtigsten Aussagen zur Geschäftstätigkeit 2008 – Nach Umsatzgruppen.....	199
Die wichtigsten Aussagen zur Geschäftstätigkeit 2008 und 2007.....	201
Die wichtigsten Aussagen zur Geschäftstätigkeit 2008 und 2007 – Top 25.....	203
Kapitel 17: Internationale Beratung.....	205
Planung von Niederlassungen im Ausland in den kommenden Jahren.....	208
Planung von Niederlassungen im Ausland in den kommenden Jahren – Top 25.....	209
Probleme bei der internationalen Beratung – aus Kundensicht 2008.....	210
Probleme bei der internationalen Beratung – aus Kundensicht 2008 – Nach Umsatzgruppen.....	211
Kapitel 18: Wettbewerber.....	212
Wichtigste Wettbewerber im gesamten Wirtschaftsprüfungs-Markt.....	214
Wichtigste Wettbewerber im Segment Wirtschaftsprüfung.....	215
Wichtigste Wettbewerber im Segment Steuerberatung.....	216
Wichtigste Wettbewerber im Segment Finanzierungsberatung.....	217
Kapitel 19: Peer Review.....	218
Jahre in denen sich die WP-Gesellschaft einer Qualitätskontrolle (Peer Review) unterzogen hat.....	220
Beschäftigung von zertifizierten Mitarbeiter, die eine Peer-Review-Prüfung durchführen dürfen.....	221
Anzahl der zertifizierten Mitarbeiter, die eine Peer-Review-Prüfung durchführen – gemessen an Gesamtmitarbeiterzahl 2008 und 2007.....	222

Abbildungsverzeichnis (7)

Exkurs: Kapitel 20 Big Four	223
Umsatzverteilung in einzelne Leistungsfelder 2008 und 2007.....	227
Big Four: prozentuale Anteile der Advisory Umsätze.....	228
Lünendonk®-Rechenschieber: Wirtschaftsprüfungs-Gesellschaften.....	229
Professional Services 2008.....	230
Marktanteile der Prüfungsmandate von Dax-30-Unternehmen 2008 und 2007.....	232
Prüfer der DAX-30-Unternehmen 2008 und 2007.....	233
Marktanteile der Prüfungsmandate von TecDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	235
Prüfer der TecDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	236
Marktanteile der Prüfungsmandate von MDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	238
Prüfer der MDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	239
Marktanteile der Prüfungsmandate von SDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	243
Prüfer der SDAX-Unternehmen 2008 und 2007.....	244
Kapitel 21: Partnernetzwerke und –kooperationen	248
Zugehörigkeit zu einem Partnerkooperation oder einem Partnernetzwerk.....	250
Zugehörigkeit zu einem Partnerkooperation oder einem Partnernetzwerk – Top 25.....	251
Umsatzanteil eines Partnerunternehmens am Gesamtumsatz der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007.....	252
Umsatzanteil eines Partnerunternehmens am Gesamtumsatz der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008 und 2007 – Top 25.....	253
Netzwerke, denen sich die befragten WP-Gesellschaften angeschlossen haben – mit Internet-Adresse.....	254
Mitgliedergesellschaften der Netzwerke in Deutschland und weltweit.....	257

Abbildungsverzeichnis (8)

Kapitel 22: Gründungsjahre	260
Gründungsjahre der WP-Gesellschaften in Deutschland.....	262
Kapitel 23: Gesellschaftsformen	263
Gesellschaftsformen der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008.....	265
Kapitel 24: Standorte der Firmenzentrale	266
Hauptsitz der WP-Gesellschaften in Deutschland 2008.....	268
Deutschlandweite Verteilung der Hauptsitze pro Bundesland 2008.....	269
Teil 2: Netzwerke	270
Alphabetische Liste der in die Studie einbezogenen Netzwerke mit Internet-Adresse.....	272
Kapitel 25: Entwicklung, Umsätze und Umsatzprognosen	274
Entwicklung des WP-Marktvolumens 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a.	276
Gesamtumsatzerwartungen der Netzwerke 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2010 bis 2020 p.a.	278
Top-10-Ranking der in Deutschland tätigen Netzwerke mit unabhängigen Mitgliedergesellschaften 2008.....	279
Gesamtumsatzveränderungen der in die Studie einbezogenen Netzwerke 2008.....	281
Gesamtumsatzveränderungen der Netzwerke 2007 nach 2008.....	283
Kapitel 26: Umsatzrendite und Umsatz mit Partnerunternehmen	285
Umsatzrendite 2008 (EBIT zu Gesamtumsatz)	287
Umsatzanteil mit Partnerunternehmen, Kooperationen.....	288
Kapitel 27: Wettbewerber	289
Wichtigste Mitbewerber im gesamten Wirtschaftsprüfungs-Markt.....	291

Abbildungsverzeichnis (9)

Kapitel 28: Behinderungsfaktoren und Wachstumspotenziale	292
Derzeitige Behinderungsfaktoren bezüglich der Entwicklung und des Erfolgs des Unternehmens.....	294
Probleme bei der internationalen Beratung – aus Mandantensicht 2008.....	295
Die Themen für die meisten Umsatzzuwächse in den nächsten zwei bis drei Jahren.....	296
Kapitel 29: Umsatzverteilung und Leistungsspektrum	297
Umsatzverteilung in einzelne Leistungsfelder 2008 und 2007.....	299
Leistungsspektrum 2008 und 2007 detailliert.....	300
Kapitel 30: Mitarbeiterveränderung	302
Veränderungen der Mitarbeiterzahlen der in die Studie einbezogenen Netzwerke 2008 und 2007.....	304
Mitarbeiterveränderungen der Netzwerke 2007 nach 2008.....	306
Kapitel 31: Fazit	308
Anhang	349
Rechtliche Hinweise.....	350
Auf einen Blick.....	352
Unserer Portfolio-Struktur.....	353
Weitere Informationen.....	354

Weitere Informationen

Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Marktsektor Wirtschaftsprüfung: Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer
Antonia Schultheiß, Consultant

Postanschrift: Postfach 1360, 87573 Kaufbeuren
Hausanschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren

Telefon: 0 83 41- 9 66 36- 0 - Telefax: 0 83 41- 9 66 36- 66
Mail: info@lunenendok.de – Homepage: www.lunenendok.de