

Lünendonk®-Studie 2009:

Führende Facility-Management-Unternehmen für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement in Deutschland

Umsätze • Märkte • Strukturen • Tendenzen

Sonderkapitel:

Langzeitanalyse Top 10, Integrierte Services, Gesundheitswesen, Kaufmännische Services,
Internationale Gruppen

Mit einem Vorwort von Otto-Kajetan Weixler,
Vorsitzender der German Facility Management Association (GEFMA)

Kaufbeuren, Juli 2009

GEFMA
German Facility Management Association

L Ü N E N D O N K



Autoren:

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer
Antonia Schultheiß, Consultant

Redaktion: Christine Lang, Head of Office
Auswertungen: Werner Weigelt, Consultant Marktforschung

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Unternehmensangaben und Berechnungen
Herausgeber und Copyright:

LÜNENDONK GmbH • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren
Tel.: 08341-96636-10 • Fax: 08341-96636-66 • Internet: www.luenendonk.de

Inhaltsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis.....	3
Abbildungsverzeichnis.....	6
Vorwort.....	15
Einleitung.....	17
Methodologie.....	29
Kapitel 1: Entwicklung des Facility-Management-Marktes in Deutschland.....	32
Kapitel 2: Umsätze und Prognosen.....	48
Kapitel 3: Umsatzveränderungen.....	73
Kapitel 4: Mitarbeiterzahlen.....	114
Kapitel 5: Pro-Kopf-Umsätze und Umsatzrenditen.....	134
Kapitel 6: Langzeitanalyse Top 10: Sechs-Jahres-Auswertung.....	154
Kapitel 7: Tätigkeitsfelder.....	171

Inhaltsverzeichnis (2)

Kapitel 8: Leistungsspektrum.....	177
Kapitel 9: Marktsektoren.....	182
Kapitel 10: Wettbewerbsumfeld.....	189
Kapitel 11: Aktuelle Trends in der FM-Branche.....	200
Kapitel 12: Zukünftige Trends in der FM-Branche.....	210
Kapitel 13: Marketing und Vertrieb.....	228
Kapitel 14: Position und Wertversprechen.....	241
Kapitel 15: Sonderthema Healthcare.....	249
Kapitel 16: Sonderthema Kaufmännisches Facility Management.....	258
Kapitel 17: Sonderthema Integrierte Services.....	271
Kapitel 18: Subunternehmen.....	290

Inhaltsverzeichnis (3)

Kapitel 19: Gesellschaftsformen.....	294
Kapitel 20: Geographische Präsenz.....	298
Kapitel 21: Internationale Gruppen.....	311
Kapitel 22: Historie.....	315
Kapitel 23: Zusammenfassung und Fazit.....	318
Anhang.....	323
Kapitel 24: Definition Facility Management.....	324
Kapitel 25: Unternehmensprofile der führenden Facility-Management-Unternehmen in Deutschland (A - Z).....	328
Weitere Informationen.....	355
Nachwort.....	356
Rechtliche Hinweise.....	357
Auf einen Blick.....	359
Portfolio-Struktur der Lünendonk GmbH.....	360
Weitere Informationen.....	361

Abbildungsverzeichnis (1)

Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	15
Einleitung	17
Übernahmen im deutschen FM-Markt 2008 und 2009.....	21
Alphabetische Liste der in die Studie einbezogenen Unternehmen mit Internet-Adresse.....	23
Methodologie	29
Umsatzgruppen der Teilnehmerunternehmen 2008 und 2007.....	32
Kapitel 1: Entwicklung des Facility-Management-Marktes in Deutschland	34
Marktvolumen des Facility-Management-Marktes in Deutschland für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement 2008.....	40
Marktvolumen 2008 und 2007.....	41
Marktvolumen des Facility-Management-Marktes in Deutschland für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement 2008.....	43
Marktvolumen des Facility-Management-Marktes in Deutschland für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement 2006 – 2008.....	44
Marktvolumen des Facility-Management-Marktes in Deutschland für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement 2008 – Einschätzungen der Anbieter.....	46
Entwicklung des FM-Marktvolumens 2009, 2009-2014 p.a. und 2014-2020 p.a.....	47

Abbildungsverzeichnis (2)

Kapitel 2: Umsätze und Prognosen	48
Verhältnis organisches und anorganisches Unternehmenswachstum.....	50
Gesamtumsatzentwicklung 2006 bis 2008 sowie Umsatzerwartungen 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a. – Alle Unternehmen.....	52
Gesamtumsatzentwicklung 2006 bis 2008 sowie Umsatzerwartungen 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a. – Top 10.....	53
Gesamtumsatzentwicklung 2006 bis 2008 sowie Umsatzerwartungen 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a. – Top 25.....	54
Gesamtumsatz der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007 in Mio. Euro.....	55
Führende Facility-Management-Unternehmen für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement in Deutschland 2008.....	63
Führende Facility-Management-Unternehmen in Deutschland 2008 Top-5-Ranking <u>inkl. captiver Unternehmen</u>	65
Umsatzgruppen konzernintern 2008 und 2007.....	67
Umsatzgruppen konzernintern 2008 und Prognose 2009.....	68
Marktanteile 2008.....	70
Kapitel 3: Umsatzveränderungen	73
Veränderungen des Gesamtumsatzes der FM-Unternehmen 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	76
Veränderungen des Gesamtumsatzes der FM-Unternehmen 2008 und 2007 – Top 10.....	77
Veränderungen des Gesamtumsatzes der FM-Unternehmen 2008 und 2007 – Top 25.....	78
Umsatzveränderungen der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	79
Auslandsumsatz 2008.....	88

Abbildungsverzeichnis (3)

Marktanteile Auslandsumsatz 2008.....	89
Auslandsumsatz der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007 in Mio. Euro.....	90
Veränderungen des Auslandsumsatzes der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	92
Inlandsumsatz 2008.....	95
Inlandsumsatzentwicklung 2008 und 2007 – Alle Unternehmen, Top 25 und übrige Unternehmen.....	97
Inlandsumsatzentwicklung 2008 und 2007 – Top 10 und übrige Unternehmen.....	98
Marktanteile Inlandsumsatz 2008	99
Inlandsumsatz der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007 in Mio. Euro	100
Veränderungen des Inlandsumsatzes der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	105
Kapitel 4: Mitarbeiterzahlen.....	114
Mitarbeiterzahl der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	117
Anzahl der <u>Mitarbeiter in Deutschland</u> 2008 und 2007 nach Mitarbeiterklassen.....	123
Anzahl der <u>Gesamt-Mitarbeiter</u> 2008 und 2007 nach Mitarbeiterklassen.....	124
Veränderungen der Mitarbeiterzahlen der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	125
Tätigkeiten der Mitarbeiter.....	133
Kapitel 5: Pro-Kopf-Umsätze und Umsatzrenditen.....	134
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 der FM-Unternehmen.....	137
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit dem Inlandsumsatz 2008 – Top 25	145
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 und 2007 mit dem Inlandsumsatz 2008 und 2007 – Top 25	146
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit dem Inlandsumsatz 2008 – Top 10.....	147
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 und 2007 mit dem Inlandsumsatz 2008 und 2007 – Top 10.....	148

Abbildungsverzeichnis (4)

Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Top 10.....	149
Vergleich der Pro-Kopf-Umsätze 2008 mit Inlandsumsatz 2008 – Top 10 (ohne SKE).....	150
Umsatzrenditen 2008 und 2007 Ebit zu Gesamtumsatz – Alle Unternehmen.....	152
Umsatzrenditen 2008 und 2007 Ebit zu Gesamtumsatz – Top 25.....	153
Kapitel 6: Langzeitanalyse Top 10: Sechs-Jahres-Auswertung.....	154
Top 10 der führenden Facility-Management-Unternehmen für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement.....	156
Platzierungen der Top 10-Unternehmen des Jahres 2009 in den Jahren 2003 bis 2008.....	157
Inlandsumsatzentwicklungen der Top 10 des Jahres 2009 im Vergleich zum jeweiligen Wachstum aller Studienteilnehmer.....	159
Inlandsumsatzentwicklungen und Mitarbeiterzahlen der Top 10 des Jahres 2009.....	160
Inlandsumsatzentwicklungen der Top 10 und Marktanteile der Top 10.....	161
Entwicklungen der Umsatzvolumina der Top 10 des Jahres 2009 in den Jahren 2003 bis 2008.....	163
Pro-Kopf-Umsätze der Top 10 des Jahres 2009 in den Jahren 2003 bis 2008.....	165
Entwicklung der Marktsektoren der Top 10 des Jahres 2009 in den Jahren 2003 bis 2008.....	167
Entwicklung der Leistungsspektren der Top 10 des Jahres 2008 in den Jahren 2003 bis 2008.....	168
Die stärksten Behinderungsfaktoren der Top 10 des Jahres 2009 in den Jahren 2003 bis 2008.....	170
Kapitel 7: Tätigkeitsfelder.....	171
Tätigkeitsfelder 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	173
Tätigkeitsfelder 2008 und 2007 – Top 10 und alle Unternehmen.....	174
Tätigkeitsfelder 2008 – Top 25 und übrige Unternehmen.....	175

Abbildungsverzeichnis (5)

Tätigkeitsfelder 2008 – <u>gewichtet nach Gesamtumsatz</u>	176
Kapitel 8: Leistungsspektrum	177
Leistungsspektren 2008 und 2007 detailliert.....	180
Leistungsspektren 2008 und 2007 detailliert, <u>gewichtet</u> mit Gesamtumsatz.....	181
Kapitel 9: Marktsektoren	182
Marktsektoren 2008 und Prognose 2009.....	184
Marktsektoren 2008 und Prognose 2009, <u>gewichtet</u> nach Gesamtumsatz.....	185
Marktsektoren 2008 – Top 10 und Alle Unternehmen.....	187
Marktsektoren 2008 – Top 25 und übrige Unternehmen.....	188
Kapitel 10: Wettbewerbsumfeld	189
Wichtigste Wettbewerber im <u>FM-Gesamtmarkt</u>	192
Wichtigste Wettbewerber im <u>FM-Gesamtmarkt</u> – Nennungen an <u>erster</u> Stelle.....	193
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>infrastrukturellen Services</u>	194
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>infrastrukturellen Services</u> – Nennungen an <u>erster</u> Stelle.....	195
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>technischen Services</u>	196
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>technischen Services</u> – Nennungen an <u>erster</u> Stelle.....	197
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>kaufmännischen Services</u>	198
Wichtigste Wettbewerber im Markt der <u>kaufmännischen Services</u> – Nennungen an <u>erster</u> Stelle.....	199
Kapitel 11: Aktuelle Trends in der FM-Branche	200
Aktuelle Fachthemen – 2006 bis 2008.....	204
<u>Derzeitige</u> Behinderungsfaktoren bezüglich der Entwicklung und des Erfolgs des Unternehmens.....	207

Abbildungsverzeichnis (6)

Erfolgsfaktoren für den Eintritt in ausländische Dienstleistungsmärkte.....	209
Kapitel 12: Zukünftige Trends in der FM-Branche.....	210
Meinungen über die Zukunft der Branche – 2006 bis 2008 – Alle Unternehmen.....	213
Meinungen über die Zukunft der Branche – 2006 bis 2008 – Top 10	214
Meinungen über die Zukunft der Branche 2008.....	215
Meinungen über die Zukunft der Branche – 2006 bis 2008 – Top 25.....	216
Die größten Potenziale für Wert- und Performance-Steigerungen bei den Kundenunternehmen in den nächsten Jahren.....	218
Branchen mit zukünftig (in den kommenden 5 Jahren) verstärkt länderübergreifender Projektvergabe.....	220
Die stärksten Behinderungsfaktoren für FM-Unternehmen in Deutschland 2006 bis 2008 – Alle Unternehmen.....	223
Die stärksten Behinderungsfaktoren für FM-Unternehmen in Deutschland 2006 bis 2008 – Top 10.....	224
Die stärksten Behinderungsfaktoren für FM-Unternehmen in Deutschland 2006 bis 2008 – Top 10 und übrige Unternehmen.....	225
Aussagen über die mittelfristige Geschäftsentwicklung.....	227
Kapitel 13: Marketing und Vertrieb.....	228
Vergleich der Bedeutung der Vertriebswege für das Unternehmen 2008 und 2007.....	230
Vergleich der Bedeutung der Vertriebswege für das Unternehmen 2008.....	231
Messeplanung für 2009	233
Messeplanung für 2009 – Nennungen an <u>erster</u> Stelle.....	234
Messeplanung für 2009 und 2008.....	235
Durchführung von Kundenbefragungen zur Verbesserung der Leistung und zur Messung der Kundenzufriedenheit	237

Abbildungsverzeichnis (7)

Zeitintervalle der Kundenbefragungen zur Verbesserung der Leistung und zur Messung der Kundenzufriedenheit..	238
Maßnahmen für ein erfolgreiches Kunden-Marketing.....	240
Kapitel 14: Position und Wertversprechen.....	241
Verhältnis der FM-Unternehmen zu den Kunden 2008 und 2007.....	244
Ergebnisversprechen für Kunden 2008 und 2007.....	246
Erwartungen der Kunden an FM-Anbieter 2008 und 2007.....	248
Kapitel 15: Sonderthema Healthcare.....	249
Aussagen zur Zukunft der Healthcare-Branche – 2008 und 2007.....	251
Healthcare-Service-Segmente 2008 und 2009 (Prognose)	253
Healthcare – Marktwachstum 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a.	255
Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Häusern bei der Vergabe von FM-Leistungen.....	257
Kapitel 16: Sonderthema Kaufmännisches Facility Management.....	258
KFM-Leistungen, die in Eigenleistung erbracht wurden 2008 und 2007.....	261
Erbrachte KFM-Leistungen 2008.....	263
Aufnahme und Streichung von KFM-Leistungen bis 2014 aus dem Portfolio.....	265
Art und Weise der zukünftigen Vergabe von KFM-Leistungen.....	268
Bereitschaft der Marktsektoren zum Outsourcing von kaufmännischen FM-Dienstleistungen – 2006 bis 2008.....	270
Kapitel 17: Sonderthema Integrierte Services.....	271
Aussagen über das Unternehmen/Integrierte Services 2008 und 2007.....	273
Bereitschaft der Auftraggeber von infrastr. und techn. FM, an den selben Auftragnehmer auch KFM-Leistungen zu vergeben.....	275

Abbildungsverzeichnis (8)

Angebot von mehr als drei Gewerken im Paket – Angaben in Prozent.....	277
Angebot von mehr als drei Gewerken im Paket – Absolute Zahlen.....	278
Angebot von mehr als drei Gewerken im Paket.....	279
Anbieter von Integrierten FM-Services in Deutschland 2008.....	281
Übernahme der kompletten Sekundärprozesse des Kunden – Absolute Zahlen.....	285
Übernahme der kompletten Sekundärprozesse des Kunden – Angaben in Prozent.....	287
Übernahme der kompletten Sekundärprozesse des Kunden und Angebot von Integrierten FM-Services.....	288
Übernahme der kompletten Sekundärprozesse des Kunden und erzielter Umsatzanteil durch Subunternehmer.....	289
Kapitel 18: Subunternehmen.....	290
Anteil Subunternehmen am Umsatz – 2006 bis 2008.....	292
Anteil Subunternehmen am Umsatz 2008.....	293
Kapitel 19: Gesellschaftsformen.....	294
Gesellschaftsformen der Teilnehmerunternehmen – Alle Unternehmen.....	296
Gesellschaftsformen der Teilnehmerunternehmen – Top 10 und Top 25.....	297
Kapitel 20: Geographische Präsenz.....	298
Regionale Aktivitäten innerhalb Deutschlands 2008.....	300
Regionale Aktivitäten innerhalb Deutschlands.....	301
Anzahl der Geschäftsstellen/Niederlassungen pro Bundesland.....	303

Abbildungsverzeichnis (9)

Anzahl der Geschäftsstellen/Niederlassungen in Deutschland.....	304
Präsenz im europäischen Ausland.....	305
Anzahl der Geschäftsstellen/Niederlassungen in Europa.....	309
Anzahl der Geschäftsstellen/Niederlassungen der Top 25 in Europa.....	310
Kapitel 21: Internationale Gruppen.....	311
Internationale FM-Gruppen in Europa.....	314
Kapitel 22: Historie.....	315
Gründungsjahre der Teilnehmerunternehmen in Deutschland.....	317

Einleitung

Einleitung (1)

- Dies ist nunmehr die sechste Lünendonk®-Studie „Führende Facility-Management-Unternehmen in Deutschland“. Die Studie fokussiert sich – wie schon in den vergangenen Jahren – auf Anbieterunternehmen für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement. Hierbei werden explizit die Strukturen und Tendenzen innerhalb des deutschen Facility-Management-Marktes (FM) dargestellt und analysiert.
- Aufgrund der Heterogenität des FM-Marktes befasst sich die vorliegende Studie mit rein infrastrukturellen und technischen Dienstleistern. Somit können die Daten zu Umsatz, Mitarbeiter, Strukturen und Trends miteinander verglichen, analysiert sowie folglich auch Trends aufgezeigt werden. Wir setzen damit auf das konservative Prinzip, dass Zahlen, Daten und Fakten vor Meinungen gehen.
- Die besagte Heterogenität des Marktes ist verantwortlich für die Existenz unterschiedlicher FM-Definitionen. Inzwischen beschäftigen sich die Teilnehmer von Tagungen und Kongressen damit, welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede die Begriffe Facility Management, Facility Services und Gebäudemanagement aufweisen. Auch sind Bestrebungen von Verbänden und Marktteilnehmern erkennbar, eine Vereinheitlichung auf nationaler und internationaler Ebene herzustellen. Der Trend weist in Richtung der Sekundärprozesse. Wünschenswert für die FM-Unternehmen im Allgemeinen und für die Kunden sowie potenzielle, junge Mitarbeiter im Besonderen ist es, die Begriffsbestimmungen für FM nicht noch weiter zu differenzieren, sondern für Klarheit zu sorgen.
- Da durch die Aufnahmekriterien – die dieser Studie zugrunde liegen – keine reinen Instandhaltungsunternehmen gerankt werden, wird die Lünendonk GmbH ergänzend eine Übersicht zu den führenden Dienstleistern für industrielle Services herausbringen. Diese Liste wird im Oktober 2009 zur Maintain-Messe in München erscheinen.
- Diese Lünendonk®-Studie zeigt: Bei der langjährigen Beobachtung des Anbieter-Leistungsspektrums wird deutlich, dass sich einerseits die Branche immer mehr bemüht, ihr Image zu verbessern, und dass andererseits auch von Kundenunternehmen diesem Thema eine steigende Bedeutung beigemessen wird. Die Kampagne der Möglichmacher wurde in 2008 von zwölf führenden FM-Anbietern initiiert. Ziel ist es, FM bekannt zu machen, das Image zu verbessern und die diversen Ausbildungsmöglichkeiten aufzuzeigen, die diese Branche bieten.

Einleitung (2)

Innerhalb der letzten Jahre haben sich die Services der FM-Dienstleister langsam aber stetig zu Unterstützungs- und Sekundärprozessen hin entwickelt. Damit diese Entwicklung erfolgen konnte, müssten zuvor die Chancen der Auslagerung von FM-Services in den Kundenunternehmen erkannt werden. Wie die Studie zeigt, werden die Einkaufsabteilungen bei den Kundenunternehmen immer professioneller. Man erkennt, dass FM einen erheblichen Beitrag zur Kostenreduzierung und -minimierung, Qualität und Effizienz leisten kann.

- Diese jährlich erscheinende Lünendonk®-Studie „Führende Facility-Management-Unternehmen für infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement in Deutschland“ gilt gemeinsam mit der dazugehörigen Lünendonk®-Liste über die führenden 25 Unternehmen, die wir im Juni 2009 der Öffentlichkeit vorgestellt haben, als Marktstandard.
- Seit 25 Jahren beobachtet die Lünendonk GmbH Dienstleistungsmärkte in Deutschland, seit nunmehr acht Jahren Facility-Management-Unternehmen.

- Die Expertise und das vorliegende Datenmaterial ermöglichen es, nun zum zweiten Mal eine Langzeitanalyse zu fahren und dementsprechend Trends abzuleiten.
- Ziel aller Lünendonk®-Listen und -Studien ist es, zurückliegende Entwicklungen abzubilden, den Status quo aufzuzeigen sowie Aussagen über zukünftige Entwicklungen in den betreffenden Märkten zu treffen.
- In 2008 haben vor allem zwei Entwicklungen den deutschen FM-Markt geprägt: zunehmende Marktkonsolidierung und die im September beginnende Wirtschaftskrise.
- Um den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen, wird die diesjährige Studie in den beiden Sonderkapiteln „Aktuelle Trends in der FM-Branche“ und „Zukünftige Trends in der FM-Branche“ die aktuelle Wirtschaftslage und deren Auswirkungen auf die FM-Branche – mit vielen explizit hierfür neu aufgenommenen Fragen – aufgreifen.

Einleitung (3)

- Bemerkenswert ist, dass trotz ungünstiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen die Umsatzprognosen der Top 25 FM-Unternehmen für das laufende Geschäftsjahr noch positiv sind, wenn auch vergleichsweise gering (3,5%). Letztes Jahr ging man noch von einem durchschnittlichen Wachstum von 7,0 Prozent für 2009 aus. Das heißt, die FM-Unternehmen zeigen sich verhalten hinsichtlich der laufenden Umsatzentwicklung. Ob die FM-Unternehmen dennoch als Gewinner der Krise bezeichnet werden können, wird im Laufe der Studie zu beantworten versucht. An dieser Stelle kann bereits vorweg genommen werden, dass – wie auch in zahlreichen Gesprächen mit führenden FM-Dienstleistern bestätigt – der Trend zum Outsourcing nach der Krise stark an Bedeutung gewinnen wird und damit der Branche einen kräftigen Aufschwung bereitet. Nichtsdestotrotz werden Gespräche über Leistungs- und Preisreduzierung geführt.
- Die zahlreichen M&A Aktivitäten – hier sei nur auf die Übernahmen von DeTeImmobilien durch Strabag, M+W Zanders durch Bilfinger Berger FS oder Zehnackers durch Sodexo hingewiesen – zeigt, dass die Marktkonsolidierung in 2008 weiter voranschreitet. Auch in 2009 steht mit ThyssenKrupp Industrieservices ein umsatzstarkes Übernahmeobjekt am Markt.

Einleitung (4)

- Diese Lünendonk®-Studie basiert in hohem Maße auf kontrollierten Selbstauskünften der FM-Unternehmen. In einigen Fällen müssen wir jedoch Unternehmensdaten wie beispielsweise Inlandsumsätze schätzen, da die Unternehmen nicht in Deutschland bilanzieren beziehungsweise die regionalen Umsatzwerte von den internationalen Muttergesellschaften nicht veröffentlicht werden. Hier erschließen wir uns durch die Auswertung internationaler Quellen sowie die Berechnung von Vergleichswerten eine solide Basis für Schätzwerte.
- Zusätzlich wird in unseren Studien eine Kontrollgruppe von weiteren mittelgroßen und kleinen Anbietern des Segmentes einbezogen – dadurch sind interessante Vergleiche zwischen den Unternehmen unterschiedlicher Größenklassen möglich.
- Gleichwohl schätzen weder wir noch unsere Kunden und Leser zu viele Schätzwerte. Bei den bereits seit Jahrzehnten etablierten Studien nehmen diese auch nur einen geringen Teil der Daten ein und sind aus Gründen der Transparenz auch als solche markiert.
- Methodisch folgt diese Untersuchung den Lünendonk®-Studien für andere Dienstleistungsmärkte. Ein ausgewählter Kreis von in Deutschland tätigen FM-Anbieterunternehmen wurde per Fragebogen schriftlich um Auskunft gebeten. Bei der Auswahl der über 250 angeschriebenen Anbieter wurden größere und mittlere Unternehmen bewusst überrepräsentiert, da keine quantitativen Hochrechnungen auf Marktvolumina beabsichtigt sind.
- In der vorliegenden Studie werden die Antworten der Teilnehmer nicht unternehmensbezogen wiedergegeben, sondern nur als statistische Gesamtauswertung. Ausnahmen bilden – wie mit den Teilnehmerunternehmen vereinbart – Angaben zu Umsatz- und Mitarbeiterzahlen.
- Folgende 88 Facility Management-Unternehmen werden in der vorliegenden Studie analysiert:

Kontakt

Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Marktsektor Facility Management: 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