

Lünendonk®-Studie 2009

Führende Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs- Unternehmen in Deutschland

Umsätze • Märkte • Strukturen • Tendenzen

Neu: Mit Langzeitanalyse der Top-10-Anbieterunternehmen

Kaufbeuren, Juli 2009

L Ü N E N D O N K



Autoren:

Hartmut Lüerßen, Partner Lünendonk GmbH

Thomas Lünendonk, Lünendonk GmbH

Antonia Schultheiß, Lünendonk GmbH

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
Einleitung.....	17
Kapitel 1: Langzeitauswertung der Top 10 in den jeweiligen Jahren	28
Kapitel 2: Umsätze der Zeitarbeits-Unternehmen.....	45
Kapitel 3: Marktkonsolidierung und angrenzende Dienstleistungsmärkte.....	61
Kapitel 4: Umsatzveränderungen.....	75
Kapitel 5: Umsatzprognosen.....	86
Kapitel 6: Marktanteile.....	90
Kapitel 7: Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen.....	95
Kapitel 8: Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen.....	103

Inhaltsverzeichnis (2)

Kapitel 9: Stunden-Verrechnungspreise nach Marktsektoren.....	110
Kapitel 10: Branchen der Kundenfirmen	116
Kapitel 11: Größenklassen der Kundenfirmen	123
Kapitel 12: Aktive Kunden.....	130
Kapitel 13: Mitarbeiter der Zeitarbeits-Unternehmen.....	137
Kapitel 14: Die Struktur der internen Mitarbeiter.....	139
Kapitel 15: Die Struktur der Zeitarbeitnehmer.....	149
Kapitel 16: Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern.....	157
Kapitel 17: Pro-Kopf-Umsätze.....	163
Kapitel 18: Weiterbildung der Zeitarbeitnehmer.....	182

Inhaltsverzeichnis (3)

Kapitel 19: Dauer der Beschäftigung beim Kunden.....	187
Kapitel 20: Zu Kundenunternehmen überwechselnde Zeitarbeitnehmer.....	193
Kapitel 21: Herkunft der Zeitarbeitnehmer.....	198
Kapitel 22: Qualifikation der Zeitarbeitnehmer.....	202
Kapitel 23: Von den Kunden besonders gefragte Qualifikationen.....	205
Kapitel 24: Altersgruppen der Zeitarbeitnehmer	209
Kapitel 25: Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern.....	212
Kapitel 26: Die drei wichtigsten Wettbewerber.....	217
Kapitel 27: Umsatzrendite der Zeitarbeits-Unternehmen.....	223
Kapitel 28: Neukundengeschäft.....	227

Inhaltsverzeichnis (4)

Kapitel 29: Die wichtigsten Verhandlungspartner in den Kundenunternehmen.....	232
Kapitel 30: Behinderungsfaktoren für Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland	236
Kapitel 31: Gründungsjahre und Gesellschaftsformen der Zeitarbeits-Unternehmen.....	242
Kapitel 32: Internationalität.....	246
Kapitel 33: Anzahl der Geschäftsstellen und Niederlassungen.....	250
Kapitel 34: Die künftige Entwicklung des Zeitarbeitsmarktes in Deutschland.....	253
Kapitel 35: Wichtige Faktoren für das Unternehmenswachstum.....	259
Kapitel 36: Zukunftsperspektiven.....	266
Kapitel 37: Beurteilung der Einführung.....	273
Kapitel 38: Fazit und Ausblick	281

Inhaltsverzeichnis (5)

Kapitel 39: Kurzprofile der führenden Zeitarbeits- und Personaldienstleister in Deutschland.....	292
Anhang.....	318
Auf einen Blick.....	319
Unsere Portfolio-Struktur.....	320
Rechtliche Hinweise.....	321
Weitere Informationen.....	323

Abbildungsverzeichnis (1)

Einleitung	17
Aufgabenfelder im Personalbereich: Mehr Potenzial für strategische Partner.....	21
Alphabetische Liste der in die Studie einbezogenen Unternehmen mit Internet-Adresse.....	22
Kapitel 1: Langzeitauswertung der Top 10 in den jeweiligen Jahren	28
Top 10 Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs-Unternehmen in Deutschland 2008.....	30
Entwicklungen des Marktvolumens, des BIP und des Inlandsumsatzes der Top 10/Top 15 des jeweiligen Jahres..	32
Umsätze der Top 10/Top 15 Zeitarbeits-Unternehmen 1998 bis 2008 im Vergleich zum Gesamtmarkt.....	33
Umsatzentwicklungen in den Jahren 2000 bis 2008.....	34
Größenklassen der Kundenfirmen der Top 10/Top15 der Jahre 2003 bis 2008.....	35
Langzeitbetrachtung der Top 10/Top15 Zeitarbeits-Unternehmen: Branchen der Kundenfirmen.....	36
Kapitel 2: Umsätze der Zeitarbeits-Unternehmen	48
Umsätze der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007 in Mio. Euro.....	52
Größenstruktur der Zeitarbeits-Unternehmen in der Lünendonk®-Studie 2008.....	59
Größenstruktur der Zeitarbeits-Unternehmen in der Lünendonk®-Studie 2007.....	60
Kapitel 3: Marktkonsolidierung und angrenzende Dienstleistungsmärkte	61
Ausgewählte Übernahmen im Jahr 2008.....	65
Ausgewählte Übernahmen im Jahr 2007.....	66
Ausgewählte Übernahmen im Jahr 2006.....	67
B2B-Dienstleistungen und Inhalt der Tätigkeit.....	74

Abbildungsverzeichnis (2)

Kapitel 4: Umsatzveränderungen	75
Umsatzveränderungen von 2007 auf 2008 – Angaben in Prozent.....	79
Umsatzveränderungen von 2007 auf 2008 – Anteile in Prozent.....	80
Umsatzveränderungen der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2007/2008 in Prozent.....	81
Kapitel 5: Umsatzprognosen	86
Prognosen der Umsatzentwicklung 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p. a.....	89
Kapitel 6: Marktanteile	90
Marktanteile der größten Zeitarbeits-Unternehmen 2007 und 2008.....	93
Marktanteile Top 10 im Vergleich zum Gesamtmarkt.....	94
Kapitel 7: Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen	95
Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	99
Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 – Nach Unternehmensgrößen.....	100
Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen Planung 2009 – Nach Unternehmensgrößen.....	101
Leistungsspektrum der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 effektiv und 2009 geplant.....	102
Kapitel 8: Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen	103
Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	106
Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 – Top 10 und übrige Unternehmen.....	107

Abbildungsverzeichnis (3)

Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen 2008 effektiv und 2009 geplant.....	108
Marktsektoren der Zeitarbeits-Unternehmen – Planung 2009 – Top 10 und übrige Unternehmen.....	109
Kapitel 9: Stunden-Verrechnungspreise nach Marktsektoren.....	110
Stunden-Verrechnungspreise in den Marktsektoren – Mittelwerte.....	113
Stunden-Verrechnungspreise in den Marktsektoren Top 10 und Übrige Unternehmen – Durchschnitte der Minimumwerte.....	114
Stunden-Verrechnungspreise in den Marktsektoren Top 10 und übrige Unternehmen – Durchschnitte der Maximumwerte.....	115
Kapitel 10: Branchen der Kundenfirmen	116
Branchen der Kundenfirmen 2008 und 2007– Alle Unternehmen.....	119
Branchen der Kundenfirmen 2008– Nach Unternehmensgröße.....	120
Branchen der Kundenfirmen 2008 effektiv und 2009 geplant.....	121
Branchen der Kundenfirmen – Planung 2009.....	122
Kapitel 11: Größenklassen der Kundenfirmen	123
Größenklassen der Kundenfirmen 2008 und 2007.....	126
Größenklassen der Kundenfirmen 2008.....	127
Größenklassen der Kunden 2008 nach regionalen Tätigkeitsschwerpunkten der Zeitarbeits-Unternehmen.....	128
Größenklassen der Kunden 2008 nach Umsatz-Größenklassen der Zeitarbeits-Unternehmen.....	129

Abbildungsverzeichnis (4)

Kapitel 12: Aktive Kunden	130
Durchschnittliche Zahl der aktiven Kunden 2008 und 2007.....	133
Anzahl der Kunden (eigenständige Unternehmen), mit denen eine Zusammenarbeit in 2008 stattgefunden hat...	134
Durchschnitts-Umsatz pro aktivem Kunden 2008 und 2007.....	136
Kapitel 14: Die Struktur der internen Mitarbeiter	139
Die Struktur der internen Mitarbeiter der Zeitarbeits-Unternehmen 2007, 2008 und 2009 (Planung).....	141
Interne Mitarbeiter der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	142
Ausbildungsplätze pro Unternehmen in 2009.....	148
Kapitel 15: Die Struktur der Zeitarbeitnehmer	149
Zeitarbeitnehmer der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007.....	151
Kapitel 16: Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern	157
Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	159
Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern 2008 – Nach Unternehmensgröße.....	160
Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern 2007 – Nach Unternehmensgröße.....	161
Relation Zeitarbeitnehmer zu internen Mitarbeitern 2007, 2008 und 2009 (Planung).....	162
Kapitel 17: Pro-Kopf-Umsätze	163
Pro-Kopf-Umsätze 2008 – Pro internem Mitarbeiter in 1.000 Euro	166

Abbildungsverzeichnis (5)

Pro-Kopf-Umsätze 2007 und 2008 – Pro internem Mitarbeiter.....	167
Pro-Kopf-Umsatz der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2008 und 2007 pro internem Mitarbeiter in 1.000 Euro.....	168
Pro-Kopf-Umsätze 2008 – Pro Zeitarbeiternehmer in 1.000 Euro.....	174
Pro-Kopf-Umsätze 2007 und 2008 – Pro Zeitarbeiter.....	175
Pro-Kopf-Umsatz der in die Studie einbezogenen Unternehmen 2007 und 2008 pro Zeitarbeitnehmer in 1.000 Euro.....	176
Kapitel 18: Weiterbildung der Zeitarbeitnehmer.....	182
Anteil der Zeitarbeitnehmer, die 2008 an einer Weiterbildung teilgenommen haben.....	185
Beschäftigte, die an einer Weiterbildung teilgenommen haben.....	186
Kapitel 19: Dauer der Beschäftigung beim Kunden.....	187
Beschäftigungsdauer der Zeitarbeitnehmer bei einem Kunden.....	190
Durchschnittliche Dauer der Beschäftigung der Zeitarbeiter bei einem Kunden in Wochen 2008/2007.....	191
Durchschnittliche Dauer der Beschäftigung der Zeitarbeiter bei einem Kunden in Wochen 2007/2006.....	192
Kapitel 20: Zu Kundenunternehmen überwechselnde Zeitarbeitnehmer.....	193
Dauerhaft zu Kundenunternehmen überwechselnde Zeitarbeitnehmer 2008 und 2007.....	195
Dauerhaft zu Kundenunternehmen überwechselnde Zeitarbeitnehmer 2007.....	196
Dauerhaft zu Kundenunternehmen überwechselnde Zeitarbeitnehmer 2008.....	197

Abbildungsverzeichnis (6)

Kapitel 21: Herkunft der Zeitarbeitnehmer	198
Herkunft der Zeitarbeiternehmer 2008.....	200
Herkunft der Zeitarbeiternehmer 2007.....	201
Kapitel 22: Qualifikation der Zeitarbeitnehmer	202
Qualifikation der Zeitarbeiternehmer.....	204
Kapitel 23: Von den Kunden besonders gefragte Qualifikationen	205
Qualifikationen, die zur Zeit von Kunden besonders stark nachgefragt werden in 2008.....	207
Qualifikationen, die zur Zeit von Kunden besonders stark nachgefragt werden in 2007.....	208
Kapitel 24: Altersgruppen der Zeitarbeitnehmer	209
Altersgruppen der Zeitarbeitnehmer.....	211
Kapitel 25: Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern	212
Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern – Vergleich 2008 und 2007.....	215
Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern 2008.....	216
Kapitel 26: Die drei wichtigsten Wettbewerber	217
Die wichtigsten Wettbewerber.....	220
Die wichtigsten Wettbewerber der Top 10-Unternehmen.....	221

Abbildungsverzeichnis (7)

Die wichtigsten Wettbewerber der übrigen Unternehmen.....	222
Kapitel 27: Umsatzrendite der Zeitarbeits-Unternehmen.....	223
Umsatzrendite der Zeitarbeits-Unternehmen 2008.....	225
Umsatzrendite der Zeitarbeits-Unternehmen.....	226
Kapitel 28: Neukundengeschäft.....	227
Anteil des Neukundengeschäfts am Gesamtumsatz.....	229
Anteil des Neukundengeschäfts am Gesamtumsatz 2008 effektiv und 2009.....	230
Anteil des Neukundengeschäfts am Gesamtumsatz 2008.....	231
Kapitel 29: Die wichtigsten Verhandlungspartner in den Kundenunternehmen.....	232
Wichtigster Verhandlungspartner in den Kundenunternehmen – Alle Unternehmen.....	234
Wichtigster Verhandlungspartner in den Kundenunternehmen – Nach Unternehmensgröße.....	235
Kapitel 30: Behinderungsfaktoren für Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland	236
Behinderungsfaktoren für Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland 2008 und 2007 – Alle Unternehmen.....	239
Behinderungsfaktoren für Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland 2008 – Nach Unternehmensgröße.....	240
Behinderungsfaktoren für Zeitarbeits-Unternehmen 2008 in Deutschland – Unternehmensgruppengesellschaften..	241

Abbildungsverzeichnis (8)

Kapitel 31: Gründungsjahre und Gesellschaftsformen der Zeitarbeits-Unternehmen	242
Gründungsjahre der Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland.....	244
Gesellschaftsformen der Zeitarbeits-Unternehmen in Deutschland.....	245
Kapitel 32: Internationalität	246
Zugehörigkeit zu einer international tätigen Unternehmensgruppe.....	248
Überwiegende Tätigkeitsregion des Zeitarbeitsunternehmens.....	249
Kapitel 33: Anzahl der Geschäftsstellen und Niederlassungen	250
Anzahl der Geschäftsstellen/Niederlassungen in Deutschland 2008.....	252
Kapitel 34: Die künftige Entwicklung des Zeitarbeitsmarktes in Deutschland	253
Marktprognosen – Erwartete Entwicklung des Zeitarbeitsmarktes – 2009, 2009 bis 2014 p.a. und 2014 bis 2020 p.a.....	256
Prognosen des Marktwachstums (kurz-, mittel- und langfristig) aus Sicht der Umsatzerwartung 2009 für das eigene Unternehmen.....	257
Höhe der Zeitarbeiterquote an sozialversicherten Beschäftigten im Jahr 2020	258
Kapitel 35: Wichtige Faktoren für das Unternehmenswachstum	259
Wichtige Faktoren für das Unternehmenswachstum.....	262
Wichtige Faktoren für das Unternehmenswachstum 2008.....	264

Abbildungsverzeichnis (9)

Planung der Beantragung von Kurzarbeitergeld.....	265
Kapitel 36: Zukunftsperspektiven.....	266
Aussagen über die Zukunft der Branche bzw. des eigenen Unternehmens – Nach Unternehmensgröße.....	269
Aussagen über die Zukunft der Branche bzw. des eigenen Unternehmens – Nach Unternehmensgruppenzugehörigkeit.....	271
Kapitel 37: Beurteilung der Einführung eines Mindestlohns.....	273
Beurteilung der Einführung eines Mindestlohns für die Zeitarbeitsbranche.....	275
Empfohlener Mindestlohn für die Zeitarbeitsbranche – Alle Unternehmen.....	276
Empfohlener Mindestlohn für die Zeitarbeitsbranche – Nach Unternehmensgröße – Alte Bundesländer.....	277
Empfohlener Mindestlohn für die Zeitarbeitsbranche – Nach Unternehmensgröße – Neue Bundesländer.....	278
Beurteilung der Forderung nach Equal Pay.....	280
Kapitel 38: Fazit und Ausblick.....	281
System-Dienstleistungspartner vs. Flexibilitäts-Dienstleister.....	284

Einleitung (1)

- Nachdem der Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen mit zweistelligen Wachstumsraten sein Volumen seit 2003 mehr als verdoppeln konnte, hat er nun als Frühindikator besonders unter dem Rückgang infolge der Wirtschaftskrise zu leiden.
- In 2008 konnten die Top 10 durchschnittlich noch um 4,7 Prozent wachsen. Grenzt man jedoch das Unternehmen Autovision aus, das als Tochterunternehmen des VW-Konzerns nur eingeschränkt den Gesetzen des freien Marktes unterliegt und in 2008 um mehr als 44 Prozent wachsen konnte, so beträgt das Wachstum nur 0,2 Prozent. Der Gesamtmarkt dürfte in 2008 noch um 3,5 Prozent gewachsen sein. Der Nachfragerückgang im vierten Quartal hat sich dadurch noch nicht bei allen Unternehmen in vollem Umfang ausgewirkt.
- Das Ziel der vorliegenden Studie „Führende Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs-Unternehmen in Deutschland 2009“ ist es, verlässliche Kennzahlen und Informationen über die Strukturen und Strategien der großen Unternehmen in Deutschland zu liefern und mehr Transparenz in diesem dynamischen Markt zu schaffen.
- Die Studie wird seit 1999 inzwischen zum neunten Mal von der Lünendonk GmbH, Kaufbeuren, erhoben. Auf der Basis dieses umfassenden Datenmaterials wurde in der aktuellen Studie eine Langzeitanalyse von 2001 bis 2008 für wichtige Kennzahlen in einem neuen Kapitel ausgewertet, bezogen auf die Top 10 der jeweiligen Jahre. Darüber hinaus wurden neue Meinungsfragen und neue Fragen zu Kennzahlen in die Studie integriert.
- Die Bundesagentur für Arbeit beziffert die Beschäftigtenzahl der Zeitarbeits-Unternehmen auf 793.000 zum Stichtag 30.06.2008. Zum Jahresende waren es nach Berechnungen des IW Zeitarbeitsindex in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Zeitarbeit noch 650.000 Arbeitnehmer und damit deutlich weniger, als es der saisonal typische Rückgang zum Jahresende verursachen würde.
- Im Rahmen der Studie werden Handlungsfelder und Strategieoptionen für Zeitarbeits-Unternehmen beschrieben und erläutert. Diese Optionen basieren auf der Auswertung der Befragung zu dieser Studie, vergleichenden Analysen mit anderen Lünendonk®-Studien sowie vielen Gesprächen mit Geschäftsführungen und Vorständen von Kundenunternehmen unterschiedlicher Größenordnung.

Einleitung (2)

- Im Rahmen dieser Befragung, an der sich insgesamt 62 Zeitarbeits-Unternehmen beteiligt haben, wurden neben Umsatz- und Mitarbeiterzahlen wichtige Kennzahlen, Strukturdaten sowie Strategien, Planungen und Meinungen der betreffenden Unternehmen erhoben.
- Um die strukturellen Unterschiede zwischen den führenden Anbieterunternehmen und den mittelgroßen und kleinen Zeitarbeits-Unternehmen analysieren zu können, werden bei den meisten Auswertungen die Ergebnisse der beiden Vergleichsgruppen "Top 10" und "Übrige Zeitarbeits-Unternehmen" vergleichend dargestellt. Dabei sind mit den „Übrigen“ die übrigen 48 Teilnehmerunternehmen der Studie zu verstehen. Auf diese Weise wird die Marktstruktur sehr gut abgebildet.
- Obwohl allein die Umsätze der Top 10 der Branche mit 6,3 Milliarden Euro mehr als 42 Prozent des gesamten Marktvolumens in Deutschland ausmachen (2008: 14,7 Milliarden Euro), können die Ergebnisse nur Richtwerte und kein repräsentatives Bild für alle Unternehmen im Markt abgeben. Ungeachtet dessen bieten die Ergebnisse dieser Studie der Lünendonk GmbH zahlreiche aufschlussreiche Informationen über diesen dynamischen Dienstleistungs-Marktsektor.
- Der Nachfragerückgang bei Zeitarbeit und Personaldienstleistungen infolge der Wirtschaftskrise seit dem vierten Quartal 2008 betrifft insbesondere die einfachen Qualifikationen und damit Anbieter, die vor allem Kunden in der Industrie mit Zeitarbeitnehmern für produktionsnahe Tätigkeiten bedienen.
- Die höheren Qualifikationen waren bisher nicht so stark vom Nachfragerückgang betroffen. Aus Sicht vieler Anbieterunternehmen wird der strukturelle Fachkräftemangel in Deutschland durch die Wirtschaftskrise auch nicht aufgelöst, sondern lediglich gedämpft. In einigen Segmenten können weiterhin die offenen Stellen nicht besetzt werden.
- Bei den höheren Qualifikationen ist für 2009 und 2010 zu erwarten, dass der Umsatzanteil am Gesamtumsatz tendenziell steigt – jedoch aufgrund des anhaltenden Fachkräftemangels nur teilweise bedient werden kann.

Einleitung (3)

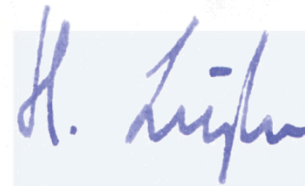
- In 2009 stehen die Zeichen voll auf Verdrängung. Operative Themen rücken in den Mittelpunkt. Langfristige strategische Ziele dürfen jedoch nicht geopfert werden.
- Wichtige Handlungsfelder und Themen für den zukünftigen Erfolg sind dabei unter anderem:
 - ▶ Geschwindigkeit der Mitarbeiterrekrutierung
 - ▶ Geschwindigkeit der Vermarktung
 - ▶ Attraktivität als Arbeitgeber
 - ▶ Große Anbieter vs. Local Heroes
 - ▶ Ausweitung des Leistungsportfolios vs. Spezialisierung
 - ▶ Wettbewerb mit Spezialisten
- Insgesamt spielt das Thema Wahrnehmung eine besondere Rolle für die führenden Zeitarbeits-Unternehmen. Egal ob für strategische Übernahmen, Mitarbeiterrekrutierung oder strategische Partnerschaft mit den Kundenunternehmen – die Wahrnehmung der Marke beim Kunden ist auch in einem Verdrängungswettbewerb ein wichtiger Wettbewerbsfaktor.
- Diese Studie ist eine der Anbieteranalysen, wie sie von Lünendonk seit nunmehr 26 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 Benchmarkings 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. In diesem Zusammenhang sei auch hingewiesen auf den „Lünendonk-SRD-Benchmark Zeitarbeit“, der bisher umfassendsten Analyse kritischer Erfolgsfaktoren von Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs-Unternehmen aus Kundensicht in Deutschland. Mehr Informationen dazu finden sich im Kapitel „Fazit und Ausblick“.
- Die Schwerpunkte der Beratungsleistungen der Lünendonk GmbH liegen in der Positionierungsberatung. Mit den Leistungsfeldern Strategic Data Research (SDR), Strategic Roadmap Requirements (SRR) und Strategic

Einleitung (4)

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.
- Die Informationen der Teilnehmerunternehmen werden von Lünendonk vertraulich behandelt. In der vorliegenden Studie werden die Antworten der Teilnehmer daher nicht unternehmensbezogen wiedergegeben, sondern nur als statistische Gesamtauswertungen. Ausnahmen bilden – wie mit den Teilnehmerunternehmen vereinbart – Angaben zu Umsatz- und Mitarbeiterzahlen.

- Wir wünschen Ihnen eine interessante und nützliche Lektüre.



Hartmut Luerßen



Thomas Lünendonk

Weitere Informationen

Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Marktsektor Zeitarbeit: Hartmut Luerßen, Partner
Thomas Lünendonk
Antonia Schultheiß, Junior Consultant

Postanschrift: Postfach 1360, D-87573 Kaufbeuren

Hausanschrift: Ringweg 23, D-87600 Kaufbeuren

Telefon: 08341-966 36-0 – Telefax: 08341-966 36-66

Mail: info@lunenendnk.de – Homepage: www.lunenendnk.de