

## PRESSE-INFORMATION

FS-07-09-17

### FACILITY-SERVICE-MARKT: DIENSTLEISTER LEHNEN ZUNEHMEND TEILNAHME AN AUSSCHREIBUNGEN AB

- **Führende Dienstleister schließen vermehrt Anfragen aus**
- **Personalmangel, hohe Vertriebsaufwände und Trend zu höherwertigen Services sind wichtige Gründe**
- **Lünendonk®-Studie [aktuell verfügbar](#)**

**Mindelheim, 7. September 2017** – Immer mehr Facility-Service-Anbieter entscheiden sich gegen die Teilnahme an Ausschreibungen bestimmter Auftraggeber. Rund drei Viertel der Teilnehmer (72 %) an der jährlich erscheinenden Lünendonk®-Studie „Facility-Service-Unternehmen in Deutschland“ beabsichtigen inzwischen nicht mehr, einzelne Auftraggeber oder Branchen als Kunden gewinnen zu wollen. Dieser Wert stieg in 2017 das vierte Mal in Folge an. Bei der erstmaligen Abfrage in 2014 lag er noch bei 56 Prozent.

Zu den wichtigsten Gründen, keine Angebote abzugeben, zählen eine vermutete Vergabe ausschließlich an den billigsten Bieter sowie Ausschreibungen der öffentlichen Hand. Nachteilige Vertragsbedingungen wie langfristige Zahlungsziele, kurze Abgabefristen oder Auktionierungen haben zudem zu einer steigenden Ablehnung von Aufforderungen zur Angebotsabgabe einzelner Auftraggeber geführt. Die detaillierten Studienergebnisse stehen unter [www.luenendonk-shop.de](http://www.luenendonk-shop.de) zur Verfügung.

**Vertriebsaufwände und Personalmangel**

Weitere Gründe für die zunehmende Ablehnung von Anfragen sind sowohl die hohen Aufwände für die Erstellung eines Angebots als auch der Mangel an Servicepersonal und Führungskräften sowie die große Nachfrage in Verbindung mit einem allgemein niedrigen Preisniveau im Markt.

Durchschnittlich wenden die Studienteilnehmer rund 2.700 Euro oder 4,8 Manntage pro 100.000 Euro Umsatzvolumen auf. Der Maximalwert liegt bei 8.000 Euro und 10,0 Manntagen. Diese Vertriebskosten sind aus dem Deckungsbeitrag der Neu- und Bestandsaufträge zu finanzieren. „Angesichts des niedrigen Preisniveaus ist die Nichtteilnahme an Ausschreibungsverfahren nachvollziehbar“, kommentiert Thomas Ball, Senior Consultant bei Lünendonk & Hossenfelder, die Studienergebnisse.

Hinzu kommt der Personalmangel als zentrale Zukunftsherausforderung: Sowohl bei den Servicekräften als auch beim Führungspersonal zeichnet sich ein zunehmender Bedarf ab. „Da die meisten Dienstleister bereits Aufträge aus diesem Grund ablehnen müssen, ist eine Konzentration auf erfolgversprechende Angebotsabgaben nur folgerichtig“, sagt Studienautor Thomas Ball.

Wachstumstreiber im Markt sind derzeit unter anderem komplexe Aufträge mit einer breiten Leistungsnachfrage und Servicemanagement. Kleinteilige Auftragsangebote werden daher insbesondere von den größeren Multidienstleistern tendenziell nachrangig oder nicht bearbeitet.

**Studienbezug**

Die 282 Seiten umfassende Lünendonk<sup>®</sup>-Studie zum Facility-Services-Markt in Deutschland ist seit Juli 2017 unter [www.luenendonk-shop.de](http://www.luenendonk-shop.de) verfügbar und enthält Sonderkapitel über Digitalisierung sowie über ergänzende FM-Leistungen wie etwa IT-Helpdesk, Telefonzentralen sowie Hol- und Bringdienste. In die detaillierte Studie wurden über 70 FS-Unternehmen einbezogen. Sie kostet 2.000,- Euro (zzgl. Mehrwertsteuer, inkl. Versand als PDF-Datei). Lünendonk beobachtet seit 2015 zudem den deutschsprachigen Raum. Im Herbst erscheint aktuell die zweite Lünendonk<sup>®</sup>-Studie zum Facility-Service-Markt in der Schweiz.

Die Lünendonk<sup>®</sup>-Studien und Publikationen gehören als Teil des Leistungsportfolios der Lünendonk & Hossenfelder GmbH zum „Strategic Data Research“ (SDR). In Verbindung mit den Leistungen in den Portfolio-Elementen „Strategic Roadmap Requirements“ (SRR) und „Strategic Transformation Services“ (STS) ist Lünendonk in der Lage, ihre 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.

### **Das Unternehmen**

Die Lünendonk & Hossenfelder GmbH, Mindelheim, analysiert europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik, Beratungs-, Prüfungs- und Dienstleistungsbranche. Mit dem Konzept Kompetenz<sup>3</sup> bieten die Informations- und Transformationsberater unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk<sup>®</sup>-Listen und -Studien“ sowie das umfassende Research-Programm.

### **Weitere Informationen**

Lünendonk & Hossenfelder GmbH  
Thomas Ball  
Senior Consultant  
Telefon: +49 8261 73140-0  
E-Mail: [ball@lunenendonk.de](mailto:ball@lunenendonk.de)

Sprockamp Werbung und PR  
Eva Sprockamp  
PR-Beraterin  
Telefon: +49 8247 30835  
E-Mail: [eva@sprockamp.de](mailto:eva@sprockamp.de)

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim  
Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66  
Homepage: <http://www.lunenendonk.de>

Sprockamp Werbung und PR

St.-Anna-Str. 26, 86825 Bad Wörishofen  
Telefon: +49 8247 30835 Telefax: +49 8247 3083-65  
Homepage: <http://www.sprockamp.de>

**Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:**  
<http://www.lunenendonk.de/presse>