

Lünendonk®-Liste 2012

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

Kriterium: Ihr Unternehmen erwirtschaftet mehr als 50 Prozent des Umsatzes mit Facility-Services (ohne Umsatzerlöse aus Software-Verkauf, Anlagenbau oder Organschaften mit Minderheitsbeteiligungen).

Hinweis: Außer den Umsatz- und Mitarbeiterzahlen werden Ihre Antworten **nicht unternehmensbezogen**, sondern nur als statistische Gesamt-Auswertungen veröffentlicht!

Wir berücksichtigen nur vollständig ausgefüllte Fragebögen, die den Umsatz und eine Aufteilen des Gesamtumsatzes auf einzelne Leistungsarten enthalten!

Senden Sie die Daten bitte bis **Dienstag, 6. März 2012, per Fax** an
Lünendonk GmbH • Antonia Thieg • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren • Telefax: 0 83 41/9 66 36-66
• Telefon für Rückfragen: 0 83 41/9 66 36-0

Teilnehmer erhalten ein kostenloses Exemplar der Teilnehmerliste mit Umsatz- und Mitarbeiterzahlen, eine kurze Interpretation der Ergebnisse sowie bei Bestellung der Studie 10 Prozent Nachlass auf den Studienpreis!

Unternehmen, Gesellschaftsform _____
 Anschrift (Hauptsitz) _____
 Ansprechpartner _____ Position _____
 Telefon, Telefax _____
 E-Mail _____ Homepage _____

1. Anzahl der Niederlassungen in Deutschland _____
 2. In welchen Bundesländern sind Sie tätig? _____

3. Sind Sie auch in anderen europäischen Ländern tätig? Falls Ja, in welchen? Nein

<input type="checkbox"/> Albanien	<input type="checkbox"/> Belgien	<input type="checkbox"/> Bosnien u. H.	<input type="checkbox"/> Bulgarien	<input type="checkbox"/> Dänemark	<input type="checkbox"/> Estland	<input type="checkbox"/> Finnland
<input type="checkbox"/> Frankreich	<input type="checkbox"/> Griechenland	<input type="checkbox"/> Großbritannien	<input type="checkbox"/> Irland	<input type="checkbox"/> Island	<input type="checkbox"/> Italien	<input type="checkbox"/> Kroatien
<input type="checkbox"/> Lettland	<input type="checkbox"/> Litauen	<input type="checkbox"/> Luxemburg	<input type="checkbox"/> Malta	<input type="checkbox"/> Mazedonien	<input type="checkbox"/> Moldawien	<input type="checkbox"/> Montenegro
<input type="checkbox"/> Niederlande	<input type="checkbox"/> Norwegen	<input type="checkbox"/> Österreich	<input type="checkbox"/> Polen	<input type="checkbox"/> Portugal	<input type="checkbox"/> Rumänien	<input type="checkbox"/> Russland
<input type="checkbox"/> Schweden	<input type="checkbox"/> Schweiz	<input type="checkbox"/> Serbien	<input type="checkbox"/> Slowakei	<input type="checkbox"/> Slowenien	<input type="checkbox"/> Spanien	<input type="checkbox"/> Tschechien
<input type="checkbox"/> Türkei	<input type="checkbox"/> Ukraine	<input type="checkbox"/> Ungarn	<input type="checkbox"/> Weißrussland			

4. Haben Sie in den kommenden drei Jahren vor, außerhalb Deutschlands aktiv zu werden?
 Ja, wo? _____
 Nein

5. Sind Sie auch außerhalb Europas tätig? Ja Nein
 Falls Ja, wo?
 Nordamerika Mittel- und Südamerika Afrika Australien & Ozeanien Asien
 In Asien konkret:
 China Indien Japan Mittlerer Osten Sonstige Länder: _____

6. Welches sind für Sie die drei wichtigsten Wettbewerber im deutschen Markt?

Allgemein
 1. _____ 2. _____ 3. _____

Für infrastrukturelles Gebäudemanagement (IGM)
 1. _____ 2. _____ 3. _____

Für technisches Gebäudemanagement (TGM)
 1. _____ 2. _____ 3. _____

Für kaufmännisches Gebäudemanagement (KGM)
 1. _____ 2. _____ 3. _____

7. Welche drei nachhaltigen Benefits sind in den nächsten Jahren Ihren Kunden besonders wichtig?
 1. _____ 2. _____ 3. _____

Fragebogen Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland (2 von 5)

8. Welche der nachfolgenden Aussagen treffen für die Zukunft Ihrer Branche zu? (-2=„trifft gar nicht zu“ bis +2=„trifft voll zu“)

(Bitte ankreuzen)

- Die Serviceleistungen werden künftig überwiegend nach flexiblen Abrechnungsmodellen honoriert.....
- Die Zusammenarbeit mit den Kunden gilt für immer kürzere Zyklen.....
- In einigen Jahren werden Unternehmen, die integrierte Serviceleistungen anbieten, den Markt dominieren.....
- In fünf Jahren wird jedes zweite Unternehmen der Branche nicht mehr als selbstständige Firma existieren.....
- Managementleistungen im Gesamtangebotsportfolio werden für den Kunden immer wichtiger.....
- Die Einkaufsabteilungen der Kunden werden immer professioneller.....

	-2	-1	0	+1	+2

9. Welche der Aussagen treffen auf Ihr Unternehmen zu? (-2=„trifft gar nicht zu“ bis +2=„trifft voll zu“)

(Bitte ankreuzen)

- Integriertes GM ist für uns der Weg der Zukunft.....
- Wir setzen auf Kooperationen mit Unternehmen.....
- Wir sehen unsere Chancen als Spezialist.....

	-2	-1	0	+1	+2

10. Wie schätzen Sie die allgemeine Marktlage hinsichtlich der Auftragslage ein? (-2=„trifft nicht zu“ bis +2=„trifft voll zu“)

(Bitte ankreuzen)

- Auftragsvergaben werden überwiegend über den Preis entschieden.....
- Um einen bestehenden Auftrag wiederzugewinnen, muss der Preis reduziert werden.....
- Die Produktivität bei der Leistungserbringung ist kaum mehr zu steigern.....
- Es ist ein Trend zu erkennen, dass Kunden Leistungen kürzen, um Kosten zu reduzieren.....

	-2	-1	0	+1	+2

11. Wie würden Sie das Verhältnis Ihres Unternehmens zu seinen Kunden beschreiben? (Bitte ankreuzen) (-2= „trifft nicht zu“ bis +2= „trifft immer zu“)

- Ausgelagerter Servicebereich.....
- Berater.....
- Dauerhafter Partner.....
- Dienstleister.....
- Individueller Problemlöser.....
- Manager.....
- Nischen-Experte.....
- Sonstiges, und zwar

	-2	-1	0	+1	+2

16. Welche Erwartungen richten Ihre Kunden an sie? (Bitte ankreuzen)

(-2= „trifft nicht zu“ bis +2=„trifft voll zu“)

- Fachkompetenz.....
- Managementkompetenz.....
- Wertorientierung.....
- Kundenorientierung.....
- Qualität.....
- Erfahrung.....
- Integrität.....
- Flächendeckende Präsenz/Größe.....
- Hohe Eigenleistungsquote.....
- Gutes Preis-Leistungsverhältnis.....
- Energiekompetenz.....
- Risikoübernahme.....
- Sonstiges, und zwar

	-2	-1	0	+1	+2

12. Führen Sie Befragungen der Kunden zur Verbesserung Ihrer Leistungen und zur Messung der Kundenzufriedenheit durch?

- Unterjährig Alle 2-3 Jahre
- Jährlich In größeren Abständen > 3 Jahre
- Wir führen keine Befragungen durch

13. Welche Faktoren behindern die Entwicklung und den Erfolg Ihres Unternehmens zurzeit besonders? (Bitte ankreuzen)

(-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr stark“)

- Finanzierungsengpässe bei Kunden...
- Nachfragemangel.....
- Niedrige Marktpreise, Honorare.....
- Insourcing.....
- Mangelnde Internationalität.....
- Zu kleinteiliges Geschäft.....
- Mindestlohn.....

	-2	-1	0	+1	+2

17. Was behindert den Erfolg Ihres Unternehmens mittelfristig am meisten? (-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr stark“)

(Bitte ankreuzen)

- Entscheidungsprozesse und -strukturen im Öffentlichen Sektor.....
- Image der Branche.....
- Mangel an qualifiziertem Personal.....
- Wettbewerb über den Preis.....
- Wettbewerb durch Property Manager..
- Einfluss von FM-Beratern.....

	-2	-1	0	+1	+2

14. Welche strategischen Überlegungen zum Thema Nachhaltigkeit sind in Ihrem Unternehmen eingeleitet? (Bitte ankreuzen)

- Keine, da wir in diesem Thema kein Geschäftsmodell sehen.
- Keine, da wir den Markt ausreichend gut bedienen können.
- Es wird an der Entwicklung von nachhaltigen Produkten gearbeitet.
- Es wird an der Entwicklung einer Zweitmarke gearbeitet.
- Es wird an einer grundsätzlichen Neuausrichtung gearbeitet.

18. Welches Ergebnis Ihrer Tätigkeit versprechen Sie Ihren Kunden?

(Bitte nur die drei wichtigsten ankreuzen)

- Effizienzsteigerung.....
- Ertragssteigerung.....
- Konzentration auf Kernkompetenz.....
- Kostensenkung.....
- Nachhaltige Wertsteigerung des Unternehmens.....
- Produktivitätssteigerung.....
- Qualitätsverbesserung.....
- Steigerung des Markterfolges.....
- Wettbewerbsvorteile.....

15. Welchen Stellenwert nimmt das Thema Nachhaltigkeit in den FM- Ausschreibungen heute und künftig ein?

(-2= „sehr gering“ bis +2= „sehr hoch“) (Bitte ankreuzen)

- Infrastrukturelles Gebäudemanagement.....
- Technisches Gebäudemanagement.....
- Kaufmännisches Gebäudemanagement.....

	Heute				
	-2	-1	0	+1	+2

	Zukünftig (2020)				
	-2	-1	0	+1	+2

Fragebogen Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland (3 von 5)

19. Wie viel Prozent Ihres Umsatzes erwirtschafteten Sie 2011 (Anteile in Prozent)

- mit infrastrukturellem GM _____ %
 - mit technischem GM _____ %
 - mit kaufmännischem GM (inkl. Asset Mgt. u. Property Mgt.) _____ %
 - Sonstige Umsätze, und zwar _____ %
- 100%**

20. Leistungsspektrum (Anteile am Umsatz in %)

- | | 2011 | 2010 |
|--|-------------|-------------|
| - Gebäudereinigung | _____ | _____ |
| - Sicherheits-/Wachdienste | _____ | _____ |
| - Garten-/Landschaftspflege | _____ | _____ |
| - Parkraum-Bewirtschaftung | _____ | _____ |
| - Catering/Restaurant/Kantinenbetrieb | _____ | _____ |
| - Industrielle Reinigung | _____ | _____ |
| - Haus-/Produktionstechnik Immobilien | _____ | _____ |
| - Produktionstechnik/Instandhaltung Produktion | _____ | _____ |
| - (Klein-) Anlagebau | _____ | _____ |
| - Energiemanagement/Contracting | _____ | _____ |
| - Kaufm. Verwaltung (inkl. Asset- & Property Mgt.) | _____ | _____ |
| - FM-Beratung | _____ | _____ |
| - Fuhrpark, Logistik | _____ | _____ |
| - Empfangs-/Büroservices | _____ | _____ |
| - Sonstiges, und zwar _____ | _____ | _____ |
| 100% | 100% | 100% |

21. Bieten Sie drei oder mehr Gewerke gemeinsam im Paket an? (2011 effektiv)

- Ja Nein Wenn Ja, wie viel Anteil vom Umsatz _____ %

22. Wie wird sich das Volumen des gesamten FM-Marktsegmentes entwickeln?

- 2012 _____ %
 2012 bis 2017 _____ % durchschnittlich pro Jahr
 2017 bis 2020 _____ % durchschnittlich pro Jahr

23. Gesamtumsatz (ohne MwSt.) in Mio. €

(Bei Unternehmensgruppen konsolidierter Umsatz) _____ 2011 _____ 2010

Davon Umsatz im Ausland (weltweit)

(Über Tochtergesellschaften oder direkt) in Mio. € _____

24. Wie hoch ist der Anteil des konzerninternen Umsatzes am

Gesamtumsatz in Prozent? 2011 _____ % 2012 _____ % (Prognose)

25. Wie schätzen Sie das Verhältnis zwischen organischem und nichtorganischem Wachstum in Ihrem Unternehmen in 2012 ein?

_____ : _____ (Bsp. 50:50;40:60)

26. Umsatzrendite 2011 (EBIT/Gesamtumsatz) (Bitte ankreuzen)

- weniger 0,0 % über 3,0% bis 4,5 % über 8,5% bis 10,0 %
 0,0% bis 1,5 % über 4,5% bis 7,0 % über 10,0 %
 über 1,5% bis 3,0 % über 7,0% bis 8,5 %

27. Wie wird sich der Umsatz Ihres Unternehmens voraussichtlich entwickeln?

(Durchschnittlich pro Jahr) 2012 _____ %
 2012 bis 2017 _____ % p.a.
 2017 bis 2020 _____ % p.a.

28. Die Aussagen über das sichtbare Volumen des deutschen FM-Marktes variieren stark zwischen 40 und 65 Mrd. Euro. Wie hoch war aus Ihrer Sicht dieses Volumen in 2011 (exklusive Software und Anlagenbau)?

_____ Mrd. Euro

29. Zahl der Mitarbeiter in Deutschland

(FTE, Jahresdurchschnitt) _____ 2011 _____ 2010

Zahl der Mitarbeiter gesamt

(FTE, Jahresdurchschnitt) _____

30. Tätigkeiten der Mitarbeiter in Deutschland

(in absoluten Zahlen) _____ 2011 _____ 2010

- Management/Verwaltung _____
- Vertrieb _____
- Service-Personal _____
- Sonstige _____ *- davon Teilzeitkräfte* _____

31. Bei internationalen Gruppen

Umsatz weltweit (inkl. D) (Währung) _____ 2011 _____ 2010

Mitarbeiter weltweit (inkl. D) _____

- davon Service-Personal (absolut) _____

32. Wie viel Prozent Ihres Umsatzes erzielen Sie mit

Subunternehmen? _____ %

33. Marktsektoren (Anteile am Umsatz in %)

_____ 2011 _____ 2012 **Planung**

- Automobilindustrie _____
- Elektrotechnik _____
- Maschinenbau _____
- Baugewerbe _____
- Konsumgüterindustrie _____
- Luft- und Raumfahrtindustrie _____
- Chemie, Pharma _____
- Sonstige Industrie _____
- Banken _____
- Versicherungen _____
- Handel _____
- IT, Telekommunikation _____
- Energie _____
- Verkehr, Logistik _____
- Behörden, Öffentlicher Dienst _____
- Gesundheitswesen _____
- Sonstige Dienstleistungen _____

100% **100%**

34. Welche konkreten IGM-Leistungen bieten Sie bereits an, und wie erbringen Sie diese? (Eigenleistung + Fremdleistung = 100%)

(Angaben in Prozent) **Eigenleistung** **Fremdleistung**

- | | Eigenleistung | Fremdleistung |
|-----------------------------|---------------|---------------|
| - Gebäudereinigung | _____ % | _____ % |
| - Sicherheits-/Wachdienste | _____ % | _____ % |
| - Garten-/Landschaftspflege | _____ % | _____ % |
| - Parkraum-Bewirtschaftung | _____ % | _____ % |
| - Catering-/Kantinendienste | _____ % | _____ % |
| - Empfangsdienste | _____ % | _____ % |
| - Sonstige _____ | _____ % | _____ % |

35. Sehen Sie kurz- bis mittelfristig Chancen für Akquisitionen im IGM-Bereich?

Ja, warum? _____

Nein, warum? _____

Fragebogen Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland (4 von 5)

36. Welche Bedeutung messen Sie im Rahmen Ihrer Tätigkeit folgenden aktuellen Marktthemen bei?

(-2= „völlig unwichtig“ bis +2= „am wichtigsten“)

(Bitte ankreuzen)

	-2	-1	0	+1	+2
- Auftragsvergabe via Internet.....					
- Ausweiten des Leistungsportfolios.....					
- Beibehaltung Flächentarife.....					
- Bilden von internat. Netzwerken.....					
- CRM.....					
- Immobilien-Lebenszyklus-Betrachtung..					
- Joint Ventures mit Auftraggebern.....					
- Open Book Kalkulation.....					
- Public Private Partnership.....					
- Trend zum Outsourcing.....					
- Wachsen d. Kooperationen, Zukäufe....					
- Weitere, und zwar _____					

37. In welchen Branchen wird sich in den kommenden fünf Jahren die Vergabe von großen Projekten auch verstärkt länderübergreifend abspielen? (-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr stark“)

(Bitte ankreuzen)

	-2	-1	0	+1	+2
- Elektrotechnik.....					
- Maschinenbau.....					
- Chemie, Pharma.....					
- Sonstige Industrie.....					
- Baugewerbe.....					
- Banken.....					
- Versicherungen.....					
- Handel.....					
- IT, Telekommunikation.....					
- Energie.....					
- Verkehr, Logistik.....					
- Behörden, Öffentliche Dienste..					
- Gesundheitswesen.....					

Zusatzfragen zum Thema Kaufmännisches GM (GFM)

38. Wie hoch schätzen Sie die Bereitschaft zum Outsourcing von KGM-Leistungen ein? (-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr hoch“)

(Bitte ankreuzen)

	-2	-1	0	+1	+2
- Automobilindustrie.....					
- Elektrotechnik.....					
- Maschinenbau.....					
- Baugewerbe.....					
- Konsumgüterindustrie.....					
- Luft- und Raumfahrtindustrie.....					
- Chemie, Pharma.....					
- Sonstige Industrie.....					
- Banken.....					
- Versicherungen.....					
- Handel.....					
- IT, Telekommunikation.....					
- Energie.....					
- Verkehr, Logistik.....					
- Behörden, Öffentliche Dienste.....					
- Gesundheitswesen.....					
- Sonstige Dienstleistungen.....					

39. Welche KGM-Leistungen erbringen Sie bereits, und wie tun Sie dies? (Angaben in Prozent) (Eigenleistung + Fremdleistung = 100%)

- Wir erbringen keine KGM-Leistung.
 Wir erbringen KGM-Leistungen, und zwar:

	Eigenleistung	Fremdleistung
- Miet- & Liegenschaftsmanagement	_____ %	_____ %
- Objektbuchhaltung	_____ %	_____ %
- Kostenmanagement	_____ %	_____ %
- Vertragsmanagement	_____ %	_____ %
- Steuerliche Angelegenheiten	_____ %	_____ %
- Property Management	_____ %	_____ %
- Centermanagement	_____ %	_____ %
- Projektentwicklung	_____ %	_____ %
- Consulting	_____ %	_____ %
- Portfolio-Management	_____ %	_____ %
- Flächenoptimierung	_____ %	_____ %
- Standortkonzepte	_____ %	_____ %
- Projektdurchführung/-management	_____ %	_____ %
- An- und Vermietung	_____ %	_____ %
- Due-Diligence	_____ %	_____ %
- Transaktionsmanagement	_____ %	_____ %

40. Welche zusätzlichen KGM-Leistungen planen Sie bis 2017 zu erbringen?

- Keine, KGM wird in den nächsten Jahren kein interessantes Geschäftsfeld für unser Unternehmen sein.
 KGM ist für uns ein interessantes Geschäftsfeld und folgende KGM-Leistungen sollen zukünftig erbracht werden:

	Ja	Nein
- Miet- & Liegenschaftsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Objektbuchhaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Kostenmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Vertragsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Steuerliche Angelegenheiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Property Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Centermanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Projektentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Consulting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Portfolio-Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Flächenoptimierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Standortkonzepte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Projektdurchführung/-management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- An- und Vermietung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Due-Diligence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Transaktionsmanagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Sonstiges, und zwar _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

41. Sind folgende Auftraggeber von infrastrukturellem und technischem GM bereit, an denselben Auftragnehmer auch KGM-Leistungen zu vergeben?

	Ja	Nein
- Institutionelle Anleger (Immobilien-Fonds etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Finanzinvestoren (Private Equity etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Private deutsche Auftraggeber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sofern Ihr Unternehmen Sicherheitsdienstleistungen anbietet, beantworten Sie bitte die Fragen auf der Folgeseite.

Fragebogen Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland (5 von 5)

Zusatzfragen zum Thema Security

42. Wie wird sich das Volumen des gesamten Sicherheitsmarktes entwickeln?

2012 _____ % 2012 bis 2017 _____ % durchschnittlich pro Jahr 2017 bis 2020 _____ % durchschnittlich pro Jahr

43. Wie wird sich der Umsatz Ihrer Sicherheitspartei voraussichtlich entwickeln? (Durchschnittlich pro Jahr)

2012 _____ % 2012 bis 2017 _____ % durchschnittlich pro Jahr 2017 bis 2020 _____ % durchschnittlich pro Jahr

44. Leistungsspektrum

(Anteil am Sicherheitsumsatz im Inland in %)	2011	2010
- Objekt- und Werkschutz	_____	_____
- Empfangsdienste	_____	_____
- Revier- und Streifendienst	_____	_____
- Notruf- und Serviceleitstelle (NSL)	_____	_____
- Veranstaltungs- und Ordnungsdienste	_____	_____
- Flughafensicherheit	_____	_____
- Geld- und Wertdienste	_____	_____
- Kurierdienste	_____	_____
- Schutz militärischer Einrichtungen	_____	_____
- Werksfeuerwehr/Brandschutz	_____	_____
- Öffentlicher Personenverkehr (ÖPV)	_____	_____
- Sicherungsposten bei Gleisbauarbeiten	_____	_____
- Personenschutz	_____	_____
- Ermittlung	_____	_____
- Beratung	_____	_____
- IT-Service	_____	_____
- Sonstiges, und zwar _____	_____	_____
Umsatz insgesamt	100%	100%

48. Gesamtumsatz mit Sicherheitsdienstleistungen (Bei Unternehmensgruppen konsolidierter Umsatz) (ohne MwSt.) in Mio.€ Davon Umsatz im Ausland (weltweit) (über Tochtergesellschaften oder direkt) (ohne MwSt.) in Mio.€	2011	2010
_____	_____	_____
_____	_____	_____

49. Zahl der Mitarbeiter im Bereich Sicherheitsdienstleistungen in Deutschland (FTE, Jahresdurchschnitt)	2011	2010
_____	_____	_____

50. Was ist Ihre persönliche Erwartung hinsichtlich der Sicherheitsbranche für die kommenden drei Jahre?

- Bitte kreuzen Sie das Zutreffendste an!
- Ich bin sehr optimistisch, der Branche geht es gut.
- Ich habe gemischte Gefühle, weil _____
- Die Zukunft wird herausfordernd, aber wir sind gut aufgestellt.
- Ich bin sehr pessimistisch, weil _____

45. Umsatzrendite bei Sicherheits-Dienstleistungen in 2011 (EBIT/Gesamtumsatz) (Bitte ankreuzen)

- weniger 0,0% 0,0% bis 1,5% über 1,5% bis 3,0% über 3,0% bis 4,5% über 4,5% bis 6,0% über 6,0%

46. Bewerten Sie folgende Aussagen für Ihre mittelfristige Geschäftsentwicklung.

(-2= „trifft gar nicht zu“ bis +2= „trifft voll zu“) (Bitte ankreuzen)

	-2	-1	0	+1	+2
- Kunden geben den aktuellen Preisdruck direkt an Sicherheitsdienstleister weiter.....					
- Kunden erbringen derzeit viele Sicherheitsdienstleistungen selbst.....					
- Integrierte Services innerhalb des Produktfeldes Sicherheit sind für uns der Weg der Zukunft.....					
- Durch eigene Compliance-Regelungen erhöhen wir unsere Integrität.....					

47. Welche Faktoren behindern die Entwicklung und den Erfolg Ihres Unternehmens zurzeit besonders?

(-2= „gar nicht“ bis +2= „sehr stark“) (Bitte ankreuzen)

	-2	-1	0	+1	+2
- Nachfragemangel.....					
- Niedrige Marktpreise, Honorare.....					
- Mangelnde Internationalität.....					
- Image der Branche.....					
- Zu kleinteiliges Geschäft.....					
- Mindestlohn.....					
- Die beschlossene Tarifierhöhung kann nicht an den Kunden weiterberechnet werden und hat negative Auswirkungen auf die Umsatzrendite.....					

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Die Lünendonk®-Liste 2012 „Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland“ wird am 13.06.2012 publiziert.

- Wir bestellen hiermit die Studie „Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland“ zum Subskriptionspreis von 1.620 € (Listenpreis 1.800 €) für Teilnehmerunternehmen (zzgl. gesetzlicher MwSt.).
(inklusive Telefonservice und 12 Ausgaben Lünendonk News Report „Facility Management“ sowie Zugang zum Kundenbereich auf der Lünendonk-Webseite mit Recherchemöglichkeit)
- Bitte unterbreiten Sie uns ein unverbindliches Angebot für Studie und persönliche Präsentation in unserem Unternehmen.
- Bitte senden Sie uns kostenfrei das Lünendonk®-Exposé über die Leistungen der Lünendonk GmbH zu.

Datum, Ort

Unterschrift