Lünendonk®-Liste 2016: Führende Facility-Service-Unternehmen in Deutschland

Unternehmen		Umsatz in Deutschland in Millionen Euro		Gesamtumsatz in Millionen Euro		Mitarbeiter in Deutschland	
		2015	2014	2015	2014	2015	2014
1	Bilfinger SE, Division Facility Services, Neu-Isenburg	1 290,0	1 241,0	2 279,0	2 042,0	12 600	12 570
2	Strabag Property and Facility Services GmbH, Frankfurt am Main	1 018,0	1 015,0	1 142,0	1 144,0	12 022	12 114
3	Wisag Facility Service Holding GmbH, Frankfurt am Main	911,5	852,0	911,5	852,0	29 411	28 932
4	Dussmann Service Deutschland GmbH, Berlin *) 1)	870,0	830,0	1 659,0	1 571,0	25 875	25 791
5	Spie GmbH, Essen *)	700,0	690,0	901,0	787,0	4 800	5 070
6	Compass Group Deutschland GmbH, Eschborn	661,2	647,3	661,2	647,3	14 500	16 000
7	Engie Deutschland Gruppe, Köln 2)	536,4	528,0	553,0	543,0	2 252	2 150
8	Sodexo Beteiligungs B.V. & Co. KG, Rüsselsheim 3)	505,0	488,0	599,0	584,0	8 816	9 154
9	Kötter Unternehmensgruppe, Essen 4)	502,0	418,0	502,0	418,0	18 100	16 700
10	Piepenbrock Facility Management GmbH & Co. KG, Osnabrück 5)	462,0	450,6	462,0	454,6	25 875	25 596
11	Gegenbauer Holding SE & Co. KG, Berlin	447,6	435,4	462,2	450,5	14 678	14 751
12	Klüh Service Management GmbH, Düsseldorf 6)	420,0	396,7	685,3	630,8	17 207	16 496
13	ISS Facility Services Holding GmbH, Düsseldorf 7)	326,5	248,0	326,5	248,0	9 201	9 062
14	Vinci Facilities Deutschland GmbH, Mannheim	215,0	221,9	321,0	336,4	1 518	1 537
15	Götz-Management-Holding AG, Regensburg 8)	208,4	203,6	262,7	254,0	13 500	12 950
16	Caverion Deutschland GmbH, München 9)	184,2	174,7	184,2	174,7	939	918
17	Sauter Deutschland Sauter FM GmbH, Augsburg	178,1	161,4	357,0	336,0	1 088	1 005
18	CBRE GWS IFM Industrie GmbH, Essen 10)	176,0	170,0	176,0	170,0	750	750
19	RGM Holding GmbH, Dortmund	163,4	146,5	175,8	155,3	1 635	1 371
20	Dorfner Gruppe, Nürnberg 11)	157,0	156,0	232,0	227,0	7 209	7 400
21	Lattemann & Geiger Dienstleistungsgruppe GmbH, Dietmannsried 12)	142,9	138,8	193,1	189,3	6 741	6 760
22	Clemens Kleine Holding GmbH, Düsseldorf	142,0	138,0	142,0	138,0	9 800	9 670
23	b.i.g.-Gruppe, Karlsruhe	125,3	90,7	126,3	91,7	2 850	2 700
24	Dr. Sasse AG, München	121,0	117,6	151,0	143,9	4 046	4 229
25	Stölting Service Group GmbH, Gelsenkirchen	113,5	84,0	113,5	84,0	5 500	4 750

*) Umsatz und/oder Mitarbeiterzahlen teilweise geschätzt. 1) Exklusive Kulturkaufhaus und Kursana. Gesamtumsatz der Dussmann Group 2015: 2 082 Millionen Euro. 2) Vormals Cofely Deutschland GmbH. Inkl. Umsätze der Engie Deutschland GmbH und Engie Refrigeration GmbH. 3) Inlandsumsatz inkl. Servicegesellschaften und Organschaften 2015: 599,0 Millionen Euro. 4) Inklusive anteiliger Konsolidierung der im 2. Halbjahr 2014 übernommenen OSD Schäfer und Teilen des Geschäftsfeldes Security Services der ISS. 5) Umsätze mit Industrieservice werden in der separat erscheinenden Industrieservice-Liste 2016 ausgewiesen. 6) Inlandsumsatz inkl. Servicegesellschaften und Organschaften 2015: 495,1 Millionen Euro. 7) Umsatzanstieg wird unter anderem mit Übernahme der VSG GmbH begründet. 8) Inlandsumsatz inkl. Servicegesellschaften und Organschaften 2015: 227,0 Millionen Euro. 9) Nur Umsätze mit Facility Services in Deutschland. 10) Vormals Johnson Controls. Umsätze inkl. der JC FM Industrie & JC Industrial Services. 11) Inlandsumsatz inkl. Servicegesellschaften und Organschaften 2015: 218,0 Millionen Euro. 12) Inlandsumsatz inkl. Servicegesellschaften und Organschaften (at equity) 2015: 193,1 Millionen Euro.

Aufnahmekriterien für diese Liste: Mindestens 50 Prozent des Umsatzes werden mit Facility Services erwirtschaftet, mindestens 66 Prozent des Umsatzes resultieren aus externen Aufträgen, mindestens 66 Prozent des Facility-Service-Umsatzes bestehen aus infrastrukturellem und technischem Gebäudemanagement. Bereinigt um Umsätze mit Servicegesellschaften und Organschaften. Die Rangfolge der Übersicht basiert auf kontrollierten Selbstauskünften der Unternehmen und Schätzungen der Lünendonk GmbH über in Deutschland bilanzierte/erwirtschaftete Umsätze.

Quelle: Lünendonk-Studie 2016: Facility-Service-Unternehmen in Deutschland; © Lünendonk GmbH, Mindelheim

Property und Facility Management

Wertbeiträge durch Facility Management? Ja, jede Menge!

Detaillierte Daten für das Facility Management sind rar, das Statistische Bundesamt erfasst die Branche bislang nicht gesondert. Die Lünendonk-Studie ist ein bewährter Ansatz, um diesem Anliegen näher zu kommen. Die Autoren präsentieren und erläutern die Ergebnisse der aktuellen Studie. Dass das Jahr 2015 grundsätzlich kein schlechtes für Facility-Management-Dienstleister war, lag nicht zuletzt an zwei Sondereffekten. Dennoch dürfte das Thema Konsolidierung auch in Zukunft relevant bleiben. Darüber hinaus spannt der Beitrag den Bogen von den Anfängen des Facility Managements bis hin zu den aktuellen Herausforderungen. Red.

Im Jahr 2015 lag das Marktvolumen für externe Facility Services erstmals über der Marke von 50 Milliarden Euro. Inklusive der captiven Umsätze der FM-Dienstleister ist dieser Wert auf 57,8 Milliarden Euro geklettert. Die Branche wächst kontinuierlich und gewinnt weiter an Professionalität. Zudem ist der Markt für Facility Management (FM) in Bewegung. Verkäufe und Übernahmen wird es weiterhin geben, doch was wirklich für Dynamik sorgt sind im Wesentlichen zwei Aspekte: Digitalsierung und die zunehmende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Services.

Facility Management als wirtschaftlicher Sektor ist keine Neuerfindung. Die Anfänge einiger deutscher FM-Anbieter gehen sogar bis vor den zweiten Weltkrieg zurück (zum Beispiel Gegenbauer, Piepenbrock). Doch als Gesamtbranche wird FM in Deutschland erst seit wenigen Jahrzehnten wahrgenommen.

Die Autoren

Thomas Ball

Consultant

Antonia Thieg

Consultant,
beide Lünendonk GmbH, Mindelheim

Historie einer jungen Disziplin

Alles begann in den fünfziger Jahren in den USA als die Fluggesellschaft Pan American World Services (PAWS) FM-Dienstleister für die US Air Force wurde. Ab diesem Zeitpunkt fand eine zunehmende Professionalisierung des FM-Sektors statt, die ab Mitte der achtziger Jahre das FM auch nach Europa brachte. Von Großbritannien und den Niederlanden breitete es sich erst auf die skandinavischen Länder aus bevor es sich in Deutschland und Italien etablierte. Heute ist die FM-Branche ein Milliardenmarkt.

Die heute führenden FM-Unternehmen der Branche kommen ursprünglich aus dem Baugewerbe, dem Anlagenbau, der Reinigungs- und Sicherheitssparte oder der Gebäudetechnik. Integrierte Anbieter gab es anfangs nicht. FM ist in der Lage hochkomplexe Themen abzubilden und zu bearbeiten, die Prozesse, Kosten und Qualität optimieren und letztendlich zur Wertsteigerung einer Immobilie beitragen. Hier geht es auch um Managementkompetenz. Im Idealfall sollen und müssen FM-Unternehmen nicht nur die Bewirtschaftung von Bestandsimmobilien übernehmen, sondern am gesamten Lebenszyklus (Planen, Bauen, Betreiben, Sanieren, Abriss) der Gebäude integriert sein.

Enormer Wertbeitrag

Zwar gab es in achtziger und neunziger Jahren bereits zahlreiche FM-Unternehmen, doch wurde ihr Wertbeitrag wirtschaftlich und kundenbezogen unterschätzt und auf einfache infrastrukturelle Leistungen wie Reinigungs- oder Hausmeisterleistungen reduziert. Diese Denkmuster treten indes immer stärker in den Hintergrund. Allein die für die aktuelle Marktstudie der Lünendonk GmbH analysierten Anbieter von Facility Services erwirtschafteten in 2015 14,4 Milliarden Euro Umsatz. Dies entspricht einem Anteil am Marktvolumen von rund 30 Prozent. Auch als Arbeitgeber ist diese Branche nicht zu unterschätzen. Die analysierten Unternehmen beschäftigten 2015 rund 351 000 Mitarbeiter.

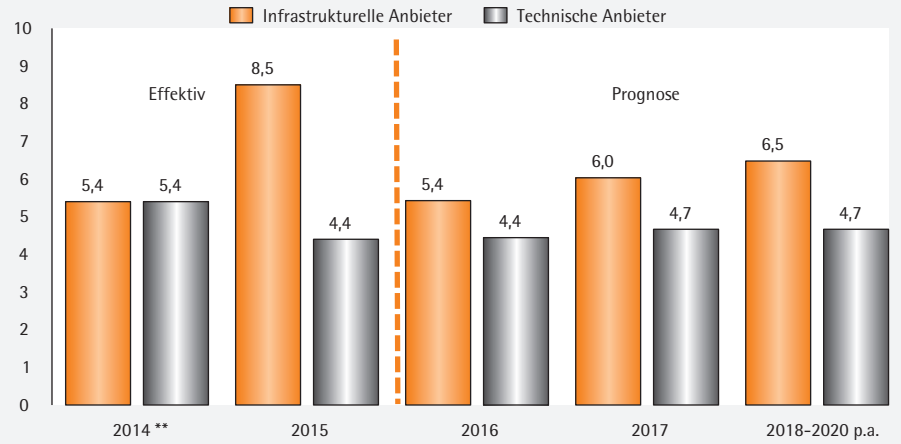
Facility Services schaffen optimale Rahmenbedingungen für Immobiliennutzer – also den einzelnen Menschen. Facility Manager sorgen für ein Umfeld, in dem sich Arbeitnehmer wohl fühlen, sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren können und so produktiver sind. Damit sind nicht nur eine gute Kantine und regelmäßige Unterhaltsreinigungen gemeint. An den vielen Kontaktpunkten machen nachhaltige Services und Produkte einen Unterschied. Das Gebäudemanagement entwickelt sich auch zusehends weiter und wird immer professioneller. Die Kunden fragen verstärkt Systemdienstleistungen nach, in deren Rahmen die Verantwortung für ganze Teilbereiche und Serviceprozesse an Dienstleister übergeben wird.

Der FM-Markt im Deutschland

Dazu gehört auch, dass die Facility-Service-Unternehmen neue Strategien und Konzepte entwickeln, um Kundenanforderungen nach flächendeckenden und umfassenden Angeboten aus einer Hand immer besser bedienen zu können. Dies trägt nicht nur zur aktuellen Dynamik im Markt bei. Das Konzept „Integrierte Services" kommt an und ist erfolgreich. Auch im Bereich des Baubegleitendem FM wird deutlich welchen Wertbeitrag die Einbeziehung von Facility Managern leisten kann. 80 Prozent der Lebenszykluskosten einer Immobilie fallen während ihrer Bewirtschaftung an. Sind erfahrene Facility Manager in der Planungs- und Bauphase einbezogen, können Kosten für eine spätere Umnutzung oder für zu hohe Wartungsaufwendungen frühzeitig reduziert werden.

Der Facility-Service-Markt in Deutschland ist im Vergleich zu anderen Wirt-

Abbildung 1: Sonderkonjunktur wirkt sich nur bei infrastrukturellen Anbietern aus* (Angaben in Prozent)



*Effektive Inlandsumsatzentwicklung und Prognosen für 2016 bis 2020; infrastrukturelle und technische Anbieter (Mittelwerte) – ** Daten aus dem Frühjahr 2015

Quelle: Lünendonk-Studie 2016: Facility-Service-Unternehmen in Deutschland; © Lünendonk GmbH, Mindelheim

schaftszweigen noch jung und das Statistische Bundesamt weist keine Zahlen hierfür aus. Das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Lünendonk beobachtet und analysiert den FM-Markt in Deutschland seit 2004 und ist damit auch in der Lage eigene Berechnungen des Marktvolumens durchzuführen. Jährlich erscheint hierzu eine Studie, die sich intensiv mit den Entwicklungen und Herausforderungen der Facility-Service-Unternehmen in Deutschland befasst. 2015 kamen die FM-Märkte in Österreich und der Schweiz hinzu, womit nun der gesamte deutschsprachige FM-Raum jährlich analysiert wird.

Das Geschäftsjahr 2015 wurde von zwei Sondereffekten beeinflusst: Sowohl der Betreuungsbedarf von Flüchtlingen als auch die Einführung des Mindestlohns wirkten sich auf die Umsätze der Dienstleister aus (siehe Abbildung 1). Mit Einführung des Mindestlohns zum 1. Januar 2015 mussten die Dienstleister in einigen Regionen und Gewerken Deutschlands ihren Kunden die Mehrkosten in Rechnung stellen. Dieser Effekt ist indes begrenzt. In weiten Regionen und Gewerken gab es bereits zuvor höhere Tariflöhne oder über das Arbeitnehmerentsendegesetz zum Teil deutlich höhere Mindestlöhne.

Sondereffekte in 2015

Die zweite Sonderkonjunktur wurde durch den deutlichen Anstieg der Flüchtlingszahlen und den damit verbundenen Betreuungsbedarf ausgelöst. Hiervon waren insbesondere Anbieter von Sicherheitsdienstleistungen und Speisenversorgung betroffen. Die Entwicklung des Marktvolumens zeigt indes auch, dass trotz der im Vergleich höheren Umsatzentwicklungswerte der Marktführer und der mittelgroßen Anbieter die Quote der jährlich hinzukommenden erstmaligen Fremdvergaben vergleichsweise gering ausfällt. Die Umsatzsteigerungen der Facility-Service-Unternehmen gehen zu einem großen Teil zulasten von Einzelgewerkanbietern, die aufgrund ihrer Ausrichtung den Bedarf im Markt nach Bündelung der Services nicht befriedigen können.

Es zeichnet sich ab, dass es zu größeren Veränderungen im Markt in den kommenden Jahren kommen wird. Zum einem rücken die Gebäudedienstleister mehr in den Fokus internationaler Unternehmen, sogar Managementberater haben zunehmend stärkeres Interesse an der FM-Branche. Zum anderen werden die Folgen der Konsolidierung deutlich. Bedingt durch die traditionell im Vergleich zu anderen Märkten geringen EBIT-Margen und des nach wie vor bestehenden Preisdrucks im Markt stehen einige Anbieter unter Druck. Die Nachfrage ist zwar vorhanden, eine signifikante Marktausweitung zeichnet sich derzeit noch nicht ab. Der Wettbewerb ist somit weiter eine Verdrängung, in der Neuaufträge nahezu immer zulasten eines anderen Anbieters gehen.

Teil der Lünendonk-Studie*) ist die Lünendonk-Liste zu den 25 führenden Facility Service Unternehmen in Deutschland (siehe Seite 10). Die Lünendonk-Liste ist ein ausschließliches Ranking der nach Inlandsumsatz größten Anbieter von Facility Services in Deutschland. In einem heterogenen Marktumfeld, in dem die Grenzen zwischen Gebäudedienstleister und Einzelgewerkanbieter fließend sind und Begriffe nicht einheitlich verwendet werden, sind klare Kriterien zur Aufnahme in die Liste unumgänglich. Zwischen 2005 und 2008 wuchsen die Top 25 pro Jahr zwischen 8,2 und 11,4 Prozent. In diesem Zeitraum fanden große Outsourcings, unter anderem der Lufthansa, Telekom und Siemens statt und zahlreiche ausländische Gebäudedienstleister traten in den deutschen Markt ein – meist mittels Übernahmen. In dieser Zeit bildete sich die Marktspitze in ihren bis heute bestehenden Grundzügen heraus. Unter den Top 10 gibt es bis heute nur wenige Verschiebungen.

Mit einem Wachstum von 8,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2014) steigerten die 25 führenden Anbieter der Lünendonk-Liste ihre Umsätze so stark wie seit den Zeiten vor der Finanzkrise nicht mehr. Die oben beschriebenen Sondereffekte trugen indes hierzu bei. Die befragten Anbieter sind sich der Sondereffekte im abgelaufenen Geschäftsjahr bewusst: Sie prognostizieren ein Wachstum auf dem Niveau der Vorjahre. Denn der Mindestlohn wird erst wieder 2017 zu Steigerungseffekten führen, wenn der Satz auf 8,84 pro Stunde steigt. Der Effekt ist bereits eingepreist. Die Stimmung im Markt ist gut.

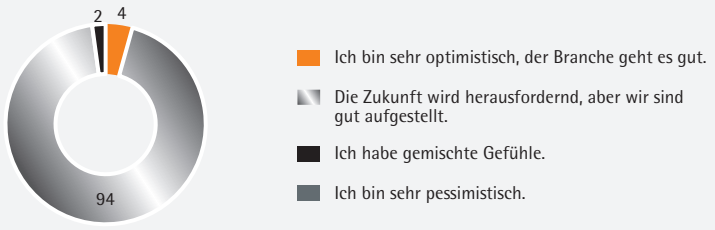
EBIT-Marge hat sich leicht erhöht

Der Pro-Kopf-Umsatz ist eine wichtige Kennzahl, um sowohl die Unternehmen als auch die Marktstruktur einzuschätzen. Sie ermöglicht Rückschlüsse auf den Leistungsschwerpunkt, die Quote der Teilzeitkräfte oder die Nachdienstleister. Doch Rückschlüsse auf den Markterfolg eines Unternehmens aufgrund der Höhe des Pro-Kopf-Umsatzes sind nicht möglich. Im Median weisen die in der Lünendonk-Studie analysierten FS-Anbieter einen Pro-Kopf-Umsatz von 36 000 Euro aus. Im Gegensatz zu den Pro-Kopf-Umsätzen besitzt die EBIT-Marge Aussagekraft über den Erfolg eines Unternehmens. Sie setzt auch den Umsatz in Perspektive.

Die Auswertungen der Lünendonk-Studie zeigen: Branchenüblich ist eine EBIT-Marge von zwei bis fünf Prozent. Insbesondere die EBIT-Ranches „vier bis fünf Prozent" und „fünf bis sechs Prozent" wurden deutlich öfter von den befragten FS-Unternehmen erreicht. Im Vergleich hierzu lag das EBIT im Vorjahr zwischen zwei und vier Prozent. In anderen Branchen fallen die EBIT-Margen weitaus höher aus.

Seit geraumer Zeit ist erkennbar, dass etliche Unternehmen daher an einer strategischen Neuausrichtung ihrer Unternehmen arbeiten. Die sehr niedrigen Margen, der Erfolgsdruck (der Markt steckt in einer Konsolidierungsphase), die Verantwortung für die eigenen Mitarbeiter und die sich ändernden Kundenanforderungen und Qualitätsansprüche (gewerkeübergreifende Betreuung, integrierte Services) treiben die FS-Anbieter an und um. Ihr Ziel ist gleich: mehr Kundenbindung und -zufriedenheit durch mehr Qualität.

Abbildung 2: Stimmung in der Branche ist gut
Großteil der Unternehmen sieht sich gut für die Zukunft gerüstet*



*Erwartungshaltung der Anbieter zur Entwicklung der Facility-Service-Branche; alle Unternehmen
Quelle: Lünendonk-Studie 2016: Facility-Service-Unternehmen in Deutschland; Lünendonk GmbH, Mindelheim

Industrie bleibt wichtigste Kundengruppe

Doch die Wege dorthin sind unterschiedlich. Große FS-Anbieter wollen den Schritt hin zum Full-Service-Anbieter vollziehen wohingegen kleinere Anbieter in der Spezialisierung ihren Wettbewerbsvorteil suchen. In den gestiegenen Margen drückt sich der Erfolg der Strategie vieler Anbieter aus, von strategischen, aber nicht rentablen Aufträgen Abstand zu nehmen. Zudem werden höherwertige Services, also solche mit Bündelung und Service-Management, traditionell besser vergütet.

Gebäudereinigung war und bleibt eine wesentliche Leistung der deutschen Facility-Service-Branche. Über ein Drittel ihres Umsatzes erzielen die analysierten FS-Anbieter hiermit (38,7 Prozent). Und auch für das Jahr 2016 prognostizierten die Unternehmen eine stabile Entwicklung. Auf Platz zwei folgt die Wartung, Reparatur und Modernisierung von Gebäudetechnik mit 13,0 Prozent, dicht gefolgt von Catering mit 11,4 Prozent. Als Kundengruppe ist die Industrie nach wie vor die stärkste und wichtigste Zielgruppe der FS-Unternehmen und steht aufgrund ihres diversifizierten Immobilienportfolios für rund ein Drittel der Umsätze.

Industriegebäude sind komplex: Mit einer Mischung aus Produktions- und Bürogebäuden erfordern sie ein breites Leistungsspektrum, aber auch eine besondere Organisation der Dienstleister – sofern eine gebündelte Vergabe gewünscht ist. Die Immobilienwirtschaft und das Gesundheitswesen sind neben der Industrie die beiden wichtigsten Kundenbranchen. Zusammen stehen sie für mehr als die Hälfte des Umsatzes aller befragten FS-Dienstleister.

Die Jahre bis 2008 waren durch große Outsourcings und strategische Zukäufe geprägt. In dieser Zeit formierten sich die heute zu beobachtenden Marktstrukturen. Kennzeichnend waren Ausgründungen von operativen Gebäudedienstleistungen, Verkäufe und Ausschreibungen ehemals intern erbrachter Dienstleistungen. Darüber hinaus gewannen die Facility-Service-Anbieter gegenüber den Einzelanbietern für technische Wartung, Sicherheit, Catering und Gebäudereinigung an Bedeutung.

Wenige Outsourcing-Projekte

Immer mehr Unternehmen setzten auf minimierte Schnittstellen durch Servicebündelung. Dieser Prozess ist indes keineswegs abgeschlossen. Bis heute ist der deutsche Markt durch einen im Vergleich mit Großbritannien, den USA, aber auch der Schweiz hohen Anteil an Einzelgewerkvergaben gekennzeichnet.

Nach dieser Expansionsphase im Markt stabilisierten sich die Zuwachsraten unterhalb von fünf Prozent. Der Markt ging in einen neuen Reifezyklus über: Stabilisierung und Verdrängung. In den vergangenen zwei Jahren traten diese Konsolidierungseffekte deutlicher zutage: Zunehmend wurden Dienstleister verkauft, stellten ihr Geschäft im Gebäudemanagement ein und die Margen sanken aufgrund des verstärkten Wettbewerbs.

Im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise und der teilweise starken Veränderung in der FM-Organisation der Kunden konzentrierten sich viele Kundenunternehmen auf Einsparungen und das Weiterentwickeln der eigenen Strukturen. Große Outsourcing-Projekte sind daher aktuell kaum zu beobachten. Zumal bei den Kunden eine Professionalisierungswelle stattfand: Viele große Unternehmen verfügen inzwischen über eine eigene Fachabteilung für die Gebäudeverwaltung und, davon getrennt, einen dezidierten Einkauf.

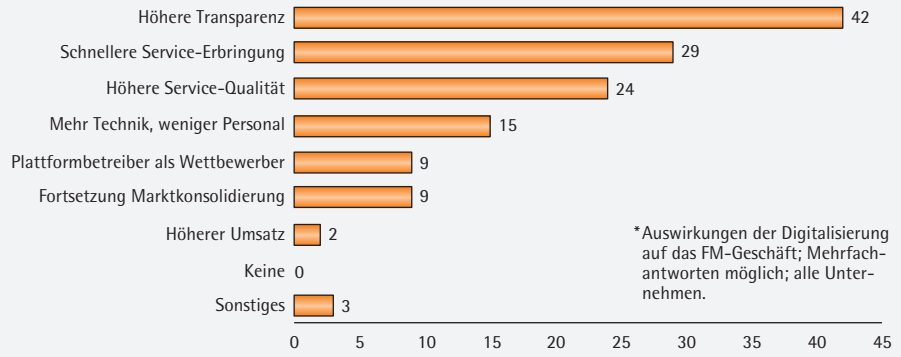
Getrieben wird die Konsolidierungsphase – deren Effekte weiter wirken, aber aufgrund der Sonderkonjunktur im abgelaufenen Geschäftsjahr weniger deutlich sichtbar sind – von einer steigenden Nachfrage nach gebündelten Dienstleistungen aus einer Hand und mehr Qualitätsservices. Dies umfasst nicht nur die Bündelung verschiedener Gewerke bei einem Anbieter, es beinhaltet auch Managementleistungen und damit die Organisation der Leistungen. Der Dienstleister schuldet seinem Auftraggeber im Idealfall das Ergebnis „saubere Büroräume" und „funktionierende Klimaanlagen" und nicht mehr feste Serviceintervalle.

Längst nicht alle Anbieter bieten dieses Servicemodell an, das vom Markt immer stärker und oft in Eigenleistung gefordert wird. Insbesondere wenn dieses Modell von international agierenden Unternehmen mit länderübergreifender Betreuung gewünscht wird, sinkt die Zahl der infrage kommenden Anbieter. Gerade mittlere und kleinere Anbieter gerieten und geraten noch immer unter Druck, wenn die Unternehmensstrategie nicht schnell genug an die sich verändernden Nachfragemuster des Marktes angepasst und keine Nische erfolgreich besetzt wird.

Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung ...

Das Bewusstsein, mit den gegebenen Ressourcen schonender und sorgsamer umzugehen, ist eine Entwicklung, die sich nicht nur auf die Lebensweise der Menschen beschränkt. Der Trend zur Nachhaltigkeit wird zunehmend auf die Arbeitswelt übertragen und macht auch vor der Facility-Service-Branche nicht halt. Kunden, die mehr Nachhaltigkeit umsetzen, erwarten auch von ihren FM-Anbietern zunehmend die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards und die Anwendung ressourcenschonender Strategien.

Abbildung 3: Die Chancen der Digitalisierung* (Angaben in absoluten Zahlen)



Quelle: Lünendonk-Studie 2016: Facility-Service-Unternehmen in Deutschland; Lünendonk GmbH, Mindelheim

Facility Management kann hier einen deutlichen Wertbeitrag zum Kerngeschäft leisten. Das fängt nicht erst bei der Unterhaltsreinigung an und hört noch lange nicht bei der Speisenversorgung auf. Viele große Unternehmen veröffentlichen regelmäßig einen Nachhaltigkeitsbericht, in dem sie ihre Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit kommunizieren.

... Digitalisierung ebenfalls

Kaum ein Thema sorgt derzeit für so viel Gesprächsbedarf wie die „digitale Revolution". Das ist zunächst auch nicht verwunderlich: Das Geschäftsmodell zahlreicher Branchen hat sich in den vergangenen Jahren drastisch gewandelt. Wichtige Marktteilnehmer wurden verdrängt und neue Anbieter sind in Erscheinung getreten. Bisher sind die meisten Beispiele indes im Business-to-Consumer-Segment zu finden. Business-to-Business-Dienstleistungen stellen andere Anforderungen: Zuverlässigkeit sowie eine professionelle Abwicklung und auf die Kundenanforderungen zugeschnittene Lösungen stehen an erster Stelle.

Im Übrigen sind Privatnutzer bereit, einen wesentlich höheren Grad an Standardisierung in Kauf zu nehmen, als dies im Business-to-Business-Umfeld der Fall ist. In der aktuellen Lünendonk-Studie wurde erstmals ein Stimmungsbild hinsichtlich der zu erwarteten Auswirkungen auf die Erbringung von Facility Services und die Marktstruktur erhoben. Rund die Hälfte der Befragten gibt an, bereits entsprechende Produkte im Portfolio zu haben. Die übrigen Unternehmen gaben an, daran zu arbeiten – in Eigenleistung! Joint Ventures und Kooperationen sind so gut wie nicht üblich.

Es ist zu erwarten, dass diejenigen „Spieler", die die Digitalisierung nutzen und einen Mehrwert für die Nutzer bieten, hierdurch zunächst eine höhere Marge werden generieren können, als dies mit operativen Services möglich ist. Dem gegenüber stehen indes die finanziellen Risiken im Aufbau digitaler Produkten und aus dem Dilemma, in dem sich etablierte Akteure und Start-ups befinden. Start-ups verfügen bekanntlich über die Strukturen und die Risikobereitschaft, neue Wege zu beschreiten, stehen jedoch auch unter dem Zwang, genau dies zu tun, um erfolgreich zu sein.

Ein solches Risiko können etablierte Unternehmen, die in Deutschland die Verantwortung für bis zu 30 000 Mitarbeiter tragen, nicht eingehen. Für sie gilt es daher, mutig genug zu sein, um in vielversprechende Lösungen zu investieren und damit nicht zu lange zu warten. Denn angesichts des hohen Entwicklungstempos kann ein Jahr Rückstand schnell bedeuten, dass andere Akteure im Markt sich zwischen die Dienstleister und ihre Kunden schieben. Insbesondere die großen Anbieter verfügen über einen nicht zu unterschätzenden Vorteil: Sie sind breit aufgestellt, verfügen über lange Kundenbeziehungen und daher auch über eine große Erfahrung und kennen die Bedürfnisse ihrer Kunden.

Zuverlässigkeit als hohes Gut

In Nutzerbefragungen von Lünendonk sagen die Studienteilnehmer regelmäßig, dass Zuverlässigkeit ihrer Dienstleister eine wesentliche Rolle im Vergabeprozess spiele. „Zuverlässigkeit" ist in diesem Zusammenhang breit zu verstehen: Hohe Branchenkompetenz, den Kunden mit seinen speziellen Anforderungen verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anbieten und erbringen stehen weit oben auf der Wunschliste der Immobilienmanager des Kunden.

Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Unternehmen scheinen allgemein erkannt zu sein. Sie wird die professionellen Gebäudedienstleistungen verändern. Im Mittelpunkt werden eine effizientere Steuerung und dadurch ein geringerer Personalbedarf stehen. Spezielle Software, Virtual Reality oder Wearables werden an Bedeutung gewinnen. Diese Entwicklung kann dazu beitragen, den Personalmangel in der Branche zu entschärfen.

Dynamik wird erhalten bleiben

Der FM-Markt ist vieles aber nicht langweilig. FM ist gezwungen – aufgrund sich stetig ändernder Kundenwünsche, technischer Erfindungen, (welt-) wirtschaftliche Rahmenbedingungen – sich stets neu zu erfinden. Wie die Zahlen belegen, gelingt dies der Branche gut. Seit 2009 konnten die führenden Unternehmen in Deutschland ihren Umsatz nicht mehr so stark steigern wie im abgelaufenen Geschäftsjahr. Die wirtschaftliche Bedeutung der FM-Branche ist groß und wichtig. Nicht nur weil das Marktvolumen mit 50,5 Milliarden Euro beachtlich ist, vielen Menschen hier ein abwechslungsreicher Arbeitsplatz geboten wird, sondern auch weil FS-Unternehmen einen hohen Wertbeitrag zum Kerngeschäft ihrer Kunden beisteuern.

Von der Digitalisierung werden mittelfristig zusätzliche Impulse ausgehen, die die Branche nachhaltig verändern werden. Produktentwicklung erfordert große Ressourcen, die viele Marktteilnehmer nicht aus Eigenleistung stemmen können – insbesondere wenn es um die Entwicklung von Software geht. Digitalisierung findet aber nicht nur im Großen, sondern auch im Kleinen statt. Auch das Building Information Modelling (BIM) wird von der Digitalisierungswelle vorangetrieben. Dies in Verbindung mit der gestiegenen Attraktivität des deutschen Markts für internationale Akteure und die sich verändernden Kundenanforderungen wird keine Langweile bei den hiesigen FM-Anbietern aufkommen lassen! Der FM-Markt ist und bleibt dynamisch.

*) Sofern nicht anders angeben beziehen sich die im Folgenden verwendeten Zahlen auf die Ergebnissev der Lünendonk-Studie 2016: „Facility Service Unternehmen in Deutschland". Hierzu wurden 70 in Deutschland aktive Facility-Service-Unternehmen mit ihren Kennzahlen der Geschäftsjahre 2014 und 2015 analysiert.