

L Ü N E N D O N K ”

Lünendonk®-Studie 2025

Facility Service in Deutschland

Eine Analyse des Facility-Management-Marktes für
infrastrukturelles und technisches Gebäudemanagement

Eine Studie von Lünendonk & Hossenfelder

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	4
MANAGEMENT SUMMARY	6
EINLEITUNG	7
POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND DEREN AUSWIRKUNGEN AUF DIE FACILITY-SERVICE-BRANCHE	14
Kapitel 1.1 Politisches Klima	14
Kapitel 1.2 EU-Omnibus-Verfahren: ESG-Pflichten auf Eis gelegt	16
Kapitel 1.3 Strategien wider die Unsicherheit als Dauerzustand	17
MARKTENTWICKLUNGEN UND TRENDS	18
Kapitel 2.1 Marktvolumen	19
Kapitel 2.2 Lünendonk-Liste 2025	21
Kapitel 2.3 Das Ranking im Detail	26
Kapitel 2.4 Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung	29
Kapitel 2.5 Umsatzrendite und Pro-Kopf-Umsatz	32
Kapitel 2.6 Wettbewerber	35
Kapitel 2.7 Trends und Herausforderungen	39
MARKTSEKTOREN UND KUNDENSTRUKTUR	42
Kapitel 3.1 Leistungsspektrum	42
Kapitel 3.2 Marktsektoren	46
Kapitel 3.3 Kundenanforderungen	51
DIGITALISIERUNG, INNOVATIONEN UND ROBOTIK	55
Kapitel 4.1 Digitalisierung und Automatisierung von Facility Services	56
Kapitel 4.2 Künstliche Intelligenz	61
Kapitel 4.3 Robotik	62

Die Nutzung dieser Marktforschungsstudie durch KI-Systeme gemäß Art. 3 Nr. 1 Verordnung (EU) 2024/1689 erfordert die ausdrückliche Zustimmung der Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Das Eingeben, Hochladen oder Verwenden der Inhalte für KI-Training oder automatisierte IT-Anwendungen ist strikt untersagt.



PERSONALKONZEPT UND EMPLOYER BRANDING	68
Kapitel 5.1 Arbeitgebermarke: Bedeutung und Wirkung	69
Kapitel 5.2 Facility-Service-Branche als Beschäftigungsmotor	72
Kapitel 5.3 Employer Branding im Facility Management	74
Kapitel 5.4 Mitarbeiterbindung	76
FAZIT UND AUSBLICK	78
DIE KUNST DER ZAHLEN: WERTE RICHTIG INTERPRETIEREN	82
NACHWORT	86
LIZENZ- UND STUDIENINFORMATION	87

Die Nutzung dieser Marktforschungsstudie durch KI-Systeme gemäß Art. 3 Nr. 1 Verordnung (EU) 2024/1689 erfordert die ausdrückliche Zustimmung der Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Das Eingeben, Hochladen oder Verwenden der Inhalte für KI-Training oder automatisierte IT-Anwendungen ist strikt untersagt.



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

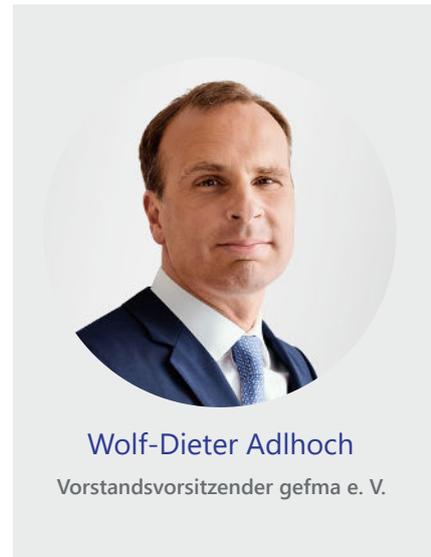
die Rahmenbedingungen der Immobilienwirtschaft verändern sich spürbar – und das nicht nur oberflächlich. Während der Wohnungsneubau vielerorts ins Stocken gerät, rückt der Gebäudebestand stärker denn je in den Fokus von Investoren, Asset Managern und politischen Entscheidungsträgern. Es geht zunehmend darum, bestehende Immobilien zu erhalten, zu modernisieren und effizient zu betreiben. Dieser Perspektivwechsel ist kein kurzfristiger Trend, sondern Ausdruck einer strukturellen Neuordnung – mit tiefgreifenden Auswirkungen auf das Facility Management.

Für unsere Branche ist das eine große Chance – und mehr noch: eine wachsende Verantwortung. Schließlich entscheidet sich in der Betriebsphase, ob eine Immobilie nicht nur nutzbar, sondern nachhaltig, wirtschaftlich und zukunftsfähig ist. Damit wird das Facility Management zur zentralen Schnittstelle für die drängenden Fragen unserer Zeit: Klimaschutz, Energieeffizienz, Nutzerkomfort und Ressourcenschonung.

Dieser Paradigmenwechsel ist längst nicht mehr nur eine Vision – er zeigt sich auch in den aktuellen Marktdaten: Die 25 führenden Facility-Service-Unternehmen in Deutschland konnten 2024 ihren Umsatz um durchschnittlich 7,8 Prozent steigern. Das ist ein beachtlicher Wert – insbesondere vor dem Hintergrund einer insgesamt stagnierenden gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Auch wenn das Wachstum im Vergleich zum Vorjahr moderater ausfällt, unterstreicht es eindrucksvoll die Stabilität und Relevanz der Branche in einem volatilen Umfeld.

Ein zentraler Treiber dieser positiven Entwicklung bleibt auch zukünftig das Thema Nachhaltigkeit. Zwar wurden im Rahmen des europäischen Omnibus-Verfahrens die Berichtspflichten für kleinere Unternehmen reduziert – doch die strategische Richtung ist klar: ESG-Kriterien, Dekarbonisierungsziele und Nachweispflichten werden zum Maßstab unternehmerischen Handelns. Und sie verändern den Gebäudebetrieb grundlegend.

Denn ohne digitale Infrastruktur, verlässliche Daten und smarte Tools lassen sich weder moderne Betreiberstrategien umsetzen noch regulatorische Anforderungen effizient erfüllen. Facility Management wird dadurch zur digitalen Integrationsplattform im Lebenszyklus von Immobilien – datenbasiert, vernetzt, vorausschauend.



Hinzu kommt: Der anhaltende Fachkräftemangel wirkt zunehmend als Innovationsbeschleuniger. Der Druck zur Entwicklung KI-gestützter Services steigt – nicht aus Selbstzweck, sondern um die Leistungsfähigkeit des FM auch künftig zu sichern. In dieser Entwicklung zeigt sich das Selbstbewusstsein einer Branche, die sich nicht im Mangel erschöpft, sondern in der Transformation neue Stärke gewinnt.

Die aktuelle Lünendonk-Studie bietet deshalb weit mehr als nur Zahlen und Rankings. Sie dokumentiert die Reife und strategische Relevanz des Facility Managements – und zeigt: Unsere Branche bleibt auf Wachstumskurs. Sie gestaltet aktiv mit an einer nachhaltigen, digitalen und wirtschaftlich tragfähigen Immobilienzukunft.

Ich lade Sie herzlich ein, die Studie aufmerksam zu lesen – als Impulsgeber für Innovationen und als Quelle für Erkenntnisse zu einer Branche, deren Potenzial noch lange nicht ausgeschöpft ist.

Mit besten Grüßen,
Ihr Wolf-Dieter Adlhoch
Vorstandsvorsitzender gefma
Deutscher Verband für Facility Management e. V.



Management Summary

- Für die vorliegende Lünendonk-Studie wurden 73 Facility-Service-Unternehmen analysiert. Gemeinsam beschäftigen sie über 400.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und repräsentieren 36 Prozent des Marktvolumens.
- Das Marktvolumen steigt im Geschäftsjahr 2024 um 3,2 Prozent auf 66,9 Milliarden Euro. Die durchschnittliche Umsatzentwicklung der analysierten Unternehmen liegt bei 6,2 Prozent. Gewichtet am Inlandsumsatz beträgt das Wachstum 8,3 Prozent. Die Top 25 wachsen im Mittel stärker als kleine und mittlere Anbieter.
- Der Personalstamm der Dienstleister ist hingegen nur um 2,6 Prozent gewachsen. Der Personal- und Fachkräftemangel ist das größte Hindernis für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Strategien zum Employer Branding gewinnen an Bedeutung zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität.
- Sich wandelnde politische Rahmenbedingungen stellen die Branche vor Herausforderungen: Durch das EU-Omnibus-Verfahren werden zentrale Nachhaltigkeitsvorgaben gelockert und bremsen die positiven Marktprognosen für nachhaltige Dienstleistungen. Das Anheben des Mindestlohns sorgt für Margendruck.
- Die Digitalisierung nimmt in der Unternehmensstrategie eine immer wichtigere Rolle ein. Dabei steht die Automatisierung von Prozessen, die digitale Datenerfassung sowie die Verknüpfung von Systemen im Fokus. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz ist der wichtigste Digitaltrend.
- Eine wachsende Zahl von Dienstleistern investiert in Robotiklösungen – insbesondere in der Gebäudereinigung, dem aktuell bedeutendsten Einsatzbereich.
- Preisorientierte Vergaben, steigende Lohn- und Materialkosten sowie der wachsende Personalbedarf zählen zu den drängendsten Herausforderungen für Facility-Service-Unternehmen.

66,9 Mrd. €

Marktvolumen steigt um 3,2 Prozent.

Umsatz

Die durchschnittliche Umsatzentwicklung liegt bei 6,2 Prozent.

Personal

Personalstamm der Dienstleister wächst um 2,6 Prozent.

Wichtige Themen und Trends

Prozessautomatisierung, digitale Datenerfassung, KI & Robotiklösungen

Einleitung

Der Markt für Facility Services zählt aufgrund seiner Größe zu den bedeutendsten B2B-Dienstleistungsmärkten in Deutschland. Er ist geprägt durch eine hohe Personalintensität, langfristige Kundenbeziehungen sowie ein breites Spektrum an infrastrukturellen, technischen und kaufmännischen Gebäudedienstleistungen. Trotz konjunktureller Unsicherheiten zeigt sich der Markt seit Jahren bemerkenswert stabil – nicht zuletzt aufgrund der langfristigen Vertragsstrukturen und des konstanten Bedarfs an professioneller Gebäudebewirtschaftung.

Hohe Robustheit in
einem volatilen Umfeld

Zugleich befindet sich die Branche im Wandel: Der anhaltende Fachkräftemangel, steigende Anforderungen an Nachhaltigkeit sowie die zunehmende Digitalisierung wirken sich unmittelbar auf Geschäftsmodelle, Serviceportfolios und Investitionsstrategien aus. Die Erwartungshaltung der Auftraggeber verändert sich – ebenso wie die Anforderungen an Qualität, Effizienz und Transparenz.

Seit dem Jahr 2004 veröffentlicht Lünendonk & Hossenfelder jährlich die Lünendonk-Studie zum deutschen Markt für Facility Services. Sie basiert auf Primärdaten aus dem Markt und bietet fundierte Analysen zur Entwicklung der Branche, zu strukturellen Trends, strategischen Herausforderungen sowie zu aktuellen Themen, die Marktteilnehmer und Auftraggeber gleichermaßen beschäftigen.

Die Lünendonk-Studie bietet seit jeher Auftraggebern eine verlässliche Orientierung über die Entwicklungen in der Anbieterlandschaft sowie über alte und neue Servicemodelle im Facility Management. Dienstleister erhalten belastbare Daten als Grundlage für das Benchmarking der eigenen Unternehmensentwicklung im Vergleich zum Gesamtmarkt. Für Investoren, Auftraggeber, Berater und Marktbeobachter liefert die Studie eine fundierte Einordnung strategisch relevanter Themen und Trends in das aktuelle Marktgeschehen.

Lünendonk-Studie bietet
Orientierung

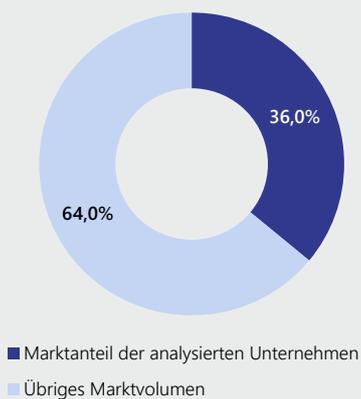
AUFBAU DER STUDIE

Die Lünendonk-Studie gliedert sich in zwei Hauptbestandteile: Im ersten, redaktionellen Teil analysiert und kommentiert Lünendonk & Hossenfelder die zentralen Entwicklungen im Markt für Facility Services. Dieser Studienkommentar richtet sich insbesondere an Leserinnen und Leser, die an einer datenbasierten, analytischen Einordnung der Marktbewegungen und strategischen Herausforderungen interessiert sind. Die Einschätzungen basieren auf den Ergebnissen der aktuellen Erhebung sowie auf der langjährigen Marktbeobachtung von Lünendonk & Hossenfelder.



STUDIENDEILNEHMER ERWIRTSCHAFTEN ÜBER EIN DRITTEL DES MARKTVOLUMENS

Anteil des Umsatzes der Studienteilnehmer am externen Marktvolumen 2024



Marktvolumen und Umsatz der Studienteilnehmer absolut 2024 in Mrd. Euro

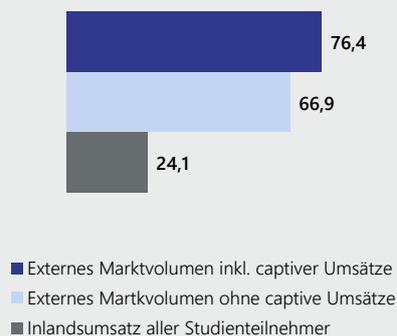


Abb. 1: Anteil der Studienteilnehmer am Marktvolumen

Der zweite Teil fungiert als Ergebnisband und enthält die detaillierten Auswertungen der aktuellen Erhebung. Er bildet die Ergebnisse strukturiert ab – einschließlich Langzeitvergleichen, Segmentierungen nach Unternehmensgruppen und vertiefenden Analysen einzelner Fragestellungen. Damit bietet der Ergebnisband eine fundierte Grundlage für Marktanalysen, Wettbewerbsvergleiche und strategische Ableitungen.

Umfassende Datenbank im FM

AUSWERTUNGSGRUPPEN

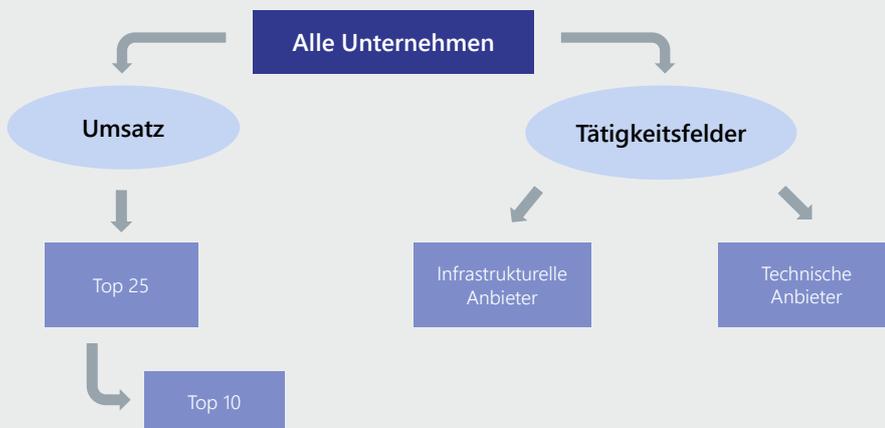


Abb. 2: Übersicht der Auswertungsgruppen



Lizenz- und Studieninformation

Durch den Kauf oder die Studienpartnerschaft in Verbindung mit diesem elektronischen Studienreport hat der Käufer in die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Lünendonk & Hossenfelder GmbH eingewilligt. Diese sind hier in der aktuellen Version abrufbar: www.luenendonk.de/agb/



www.luenendonk.de/agb/

Diese Studie ist nach deutschem und internationalem Veröffentlichungsrecht und entsprechenden Abkommen geschützt. Wenn im Verkaufsvertrag nicht anders geregelt, ist das Produkt urheberrechtlich durch die Lünendonk & Hossenfelder GmbH geschützt. Dieses Dokument darf ohne Einwilligung des Autors und Herausgebers außerhalb des Kundenunternehmens weder dupliziert, in anderen Datenbanksystemen oder privaten Rechnersystemen gespeichert noch an weitere Personen weitergeleitet werden.

Die folgenden Handlungen sind nicht erlaubt:

- Vervielfältigung zum weiteren Verkauf
- Weiterversenden und Verbreiten außerhalb des Kundenunternehmens, das die Studienlizenz erworben hat
- Verwendung in Beratungsprojekten für dritte Unternehmen
- Die Nutzung dieser Marktforschungsstudie durch KI-Systeme gemäß Art. 3 Nr. 1 Verordnung (EU) 2024/1689 erfordert die ausdrückliche Zustimmung der Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Das Eingeben, Hochladen oder Verwenden der Inhalte für KI-Training oder automatisierte IT-Anwendungen ist strikt untersagt.

Die Marke Lünendonk® ist geschützt und ist Eigentum des Unternehmens Lünendonk & Hossenfelder GmbH. Bei Fragen zur Studienlizenz steht Ihnen das Team von Lünendonk & Hossenfelder gerne zur Verfügung (info@luendonk.de).

Alle Informationen dieses Dokuments entsprechen dem Stand zum Veröffentlichungsdatum. Alle Berichte, Auskünfte und Informationen dieses Dokuments entstammen aus Quellen, die aus Sicht der Lünendonk & Hossenfelder GmbH verlässlich erscheinen. Die Richtigkeit dieser Quellen wird vom Herausgeber jedoch nicht garantiert. Enthaltene Meinungen reflektieren eine angemessene Beurteilung zum Zeitpunkt der Veröffentlichung, die ohne Vermerk verändert werden können.



ÜBER LÜNENDONK & HOSSENFELDER

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Digital & IT, Business Consulting, Audit & Tax, Real Estate Services sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, IT-Workforce) und Weiterbildung.

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalistinnen und Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Persönlichkeiten mit den Lünendonk B2B Service-Awards aus.



Digital & IT



Business Consulting



Audit & Tax



Real Estate Services



Personaldienstleistung



Weiterbildung

IMPRESSUM

Herausgeber:
Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Maximilianstraße 40
87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0
E-Mail: info@lunenendonk.de

Erfahren Sie mehr unter www.lunenendonk.de

Autoren:
Jörg Hossenfelder, Geschäftsführender Gesellschafter
Stefan Schubert, Junior Consultant

Bilderquellen:
Titel © Adobe Stock / metamorworks