

Auswirkungen der aktuellen Wirtschaftslage – Chancen, Risiken und Maßnahmen

Kernergebnisse der Studie in der Baustoff-/Bauzulieferindustrie

München, Juni 2010

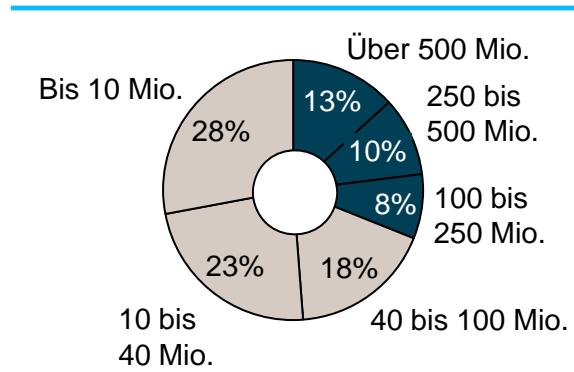
Bauzulieferstudie 2010 – Auswirkungen der Krise beurteilt, Maßnahmen diskutiert, Änderungen im Vorjahresvergleich analysiert

- Die **weltweite Wirtschaftskrise** hat auch die deutsche Bauwirtschaft getroffen – In diesem Sog muss sich die **Baustoff-/Bauzulieferindustrie** mit **Auswirkungen der Krise** auseinandersetzen
- Welches **Ausmaß** wird die Wirtschaftskrise annehmen? Wie lang wird sie **andauern**? In welcher **Form** macht sich die Krise bemerkbar? Welche **Risiken** aber auch **Chancen** ergeben sich aus der Krise? Helfen die Konjunkturprogramme der Bundesregierung? Wie kann ein Unternehmen bestmöglich auf die **Folgen** vorbereitet werden? Welche **Maßnahmen** können ergriffen werden?
- Wie im Vorjahr haben wir hierzu im Februar und März 2010 **Führungskräfte der Baustoff-/Bauzulieferindustrie in Deutschland** befragt – 39 Antworten sind in die Studie eingeflossen
- Im Rahmen der Befragung haben die teilnehmenden Unternehmen aktuelle und zukünftige **Auswirkungen der Krise** abgeschätzt und die **Konjunkturprogramme** der Bundesregierung beurteilt
- Des Weiteren haben sie **Risiken und Chancen** bewertet und **konkrete Maßnahmen** zur Kostensenkung, Umsatzsteigerung sowie Anpassung der Strategie spezifiziert
- Anhand der Ergebnisse der Studie lassen sich der Einfluss der Krise auf die Baustoff-/Bauzulieferindustrie bewerten und **spezifische Maßnahmenpakete** für die Unternehmen ableiten
- Ein **Vergleich** mit den Ergebnissen der **letztjährigen Studie** gibt dabei interessante Einblicke in **geänderte Wahrnehmungen** und **angepasste Strategien** sowie einen Überblick über erste **Auswirkungen** bereits **ergriffener Maßnahmen**

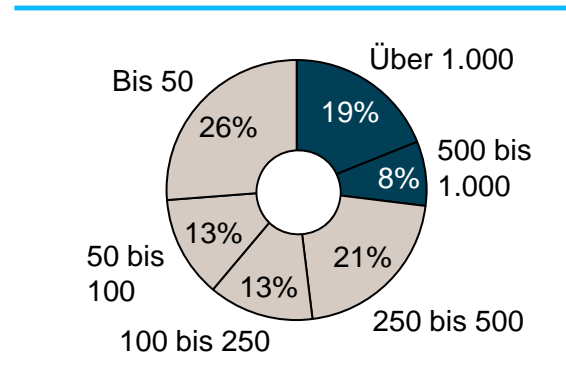
Unternehmen aller Größen und Segmente sind in Studie vertreten – Funktion der Teilnehmer zeigt hohe Geschäftsführungsrelevanz

Übersicht Teilnehmer der Studie¹⁾ [% , EUR, Anzahl]

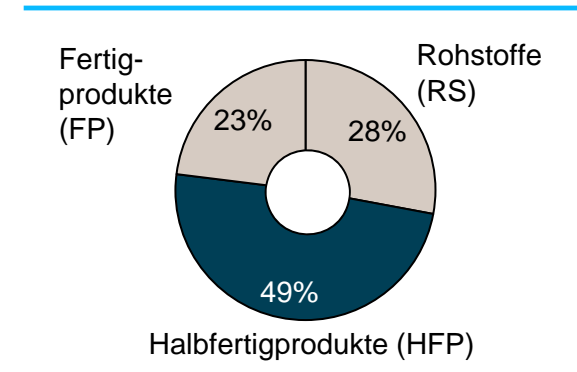
Umsatz



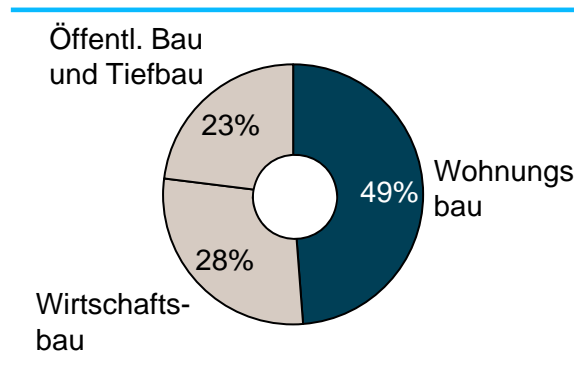
Mitarbeiter



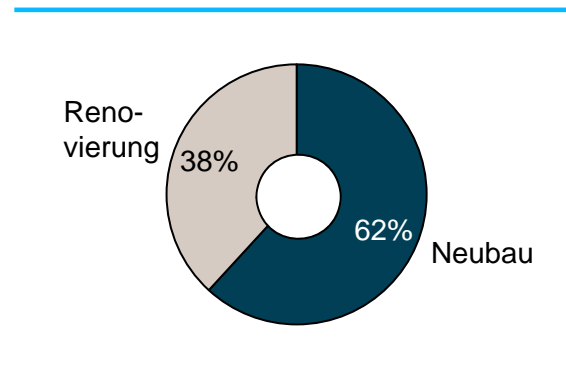
Segment



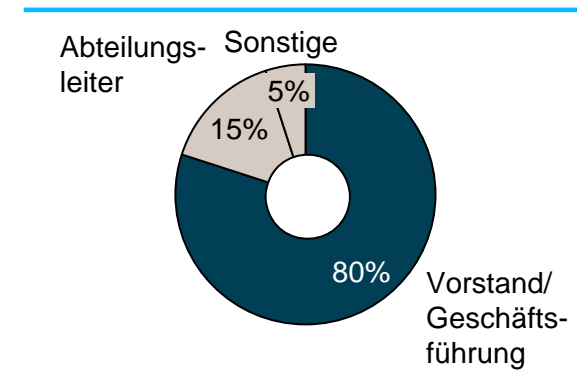
Schwerpunkt-Bausegment²⁾



Schwerpunkt-Baubereich²⁾



Funktion Befragte



1) N = 39 2) Marktsegment, in dem größter Umsatzanteil erwirtschaftet wird
Quelle: Umfrage

Die Krise hat die Bauzulieferbranche auch in den kommenden Jahren im Griff – Kritik am Konjunkturpaket wächst

10 Kernergebnisse der Studie (1/2)

- 1** | Zwischenzeitlich spüren 88% der Unternehmen **negative Auswirkungen der Krise** – Die **Talsole** wird von 49% für das erste Halbjahr 2010 erwartet

- 2** | 91% der Befragten sagen **Krisendauer** von **mindestens zwei Jahren** vorher – 10% mehr als im Vorjahr. Eine Erholung sehen 64% erst 2011 oder später

- 3** | **Erlösrückgang** in 2009 wurde von 69% der Unternehmen angegeben – Nur 58% hatten dies im Vorjahr erwartet. Haupteinflussfaktor ist sinkende Verkaufsmenge

- 4** | Probleme resultieren v.a. im Finanzierungsbereich – So nennen 64% der Teilnehmer den **Anstieg offener Forderungen**, 40% mehr als im Vorjahr

- 5** | 56% der Befragten erwarten aus **Konjunkturpaket** der **Bundesregierung** zu profitieren – Im Vorjahr waren es noch 70%. Hauptkritik ist **einseitige Förderung**

Maßnahmen zur Kostensenkung stehen für Mehrzahl der befragten Unternehmen im Vordergrund

10 Kernergebnisse der Studie (2/2)

- 6 | **Insolvenzen** und **Entwicklung eigener Kunden** werden von jeweils 95% der Unternehmen als **Risiken** für das eigenen Geschäft angesehen

- 7 | Marktseitig sehen 90% der Befragten eine Chance in der **Steigerung** des **Marktanteils** – **Konsolidierung** der **Organisation** von 81% als Chance erachtet

- 8 | 81% der Teilnehmer konnten durch eigene Maßnahmen die **operativen Kosten senken** – 45% konnten den **Umsatz** durch eigene Maßnahmen **steigern**

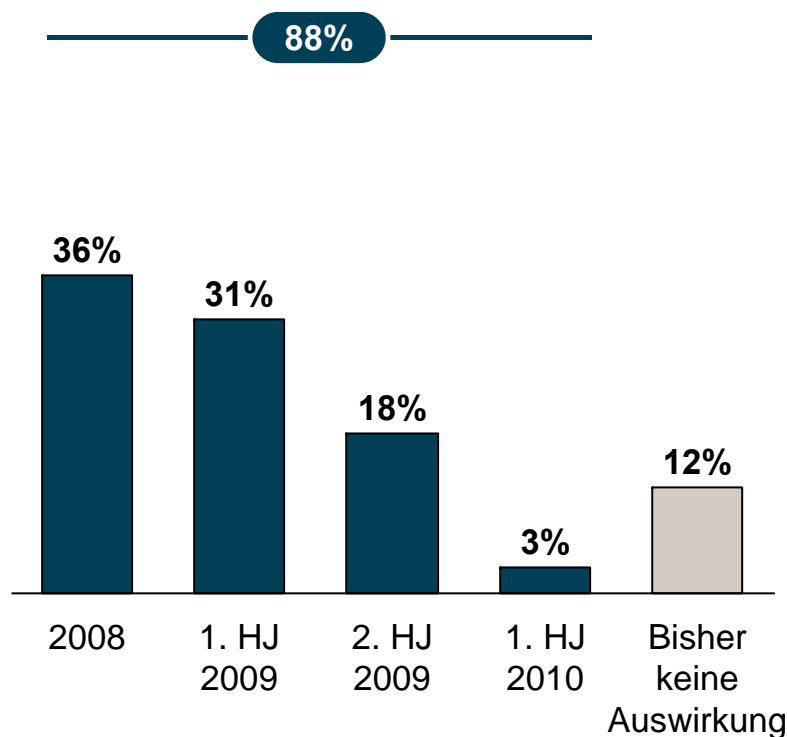
- 9 | Schwerpunkt der **Maßnahmen** zur **Kostensenkung** liegt wie im Vorjahr auf **Reduktion SbA** sowie **Effizienzprüfung** mit Anpassung der Prozesse

- 10 | In **Produktion** und **Overhead** wurden verstärkt **Mitarbeiterkapazitäten** angepasst – Maßnahmen zur **Optimierung Working Capital** wurden intensiviert

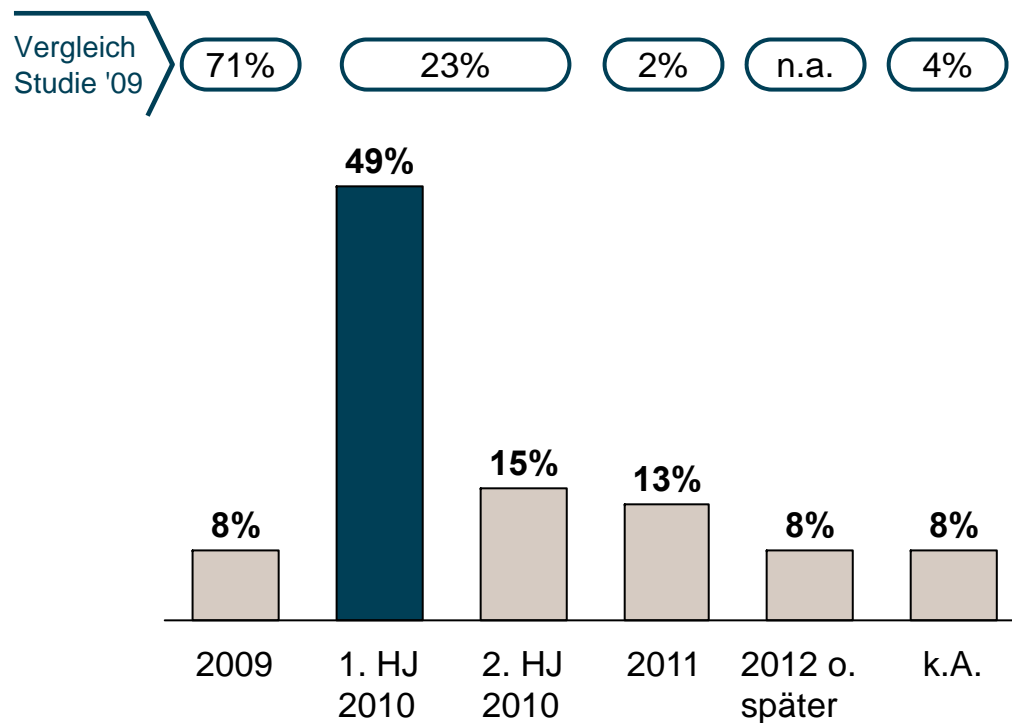
Krise wirkt sich inzwischen auf 88% der Unternehmen aus – Fast 50% erwarten Talsohle im ersten Halbjahr 2010

Einsetzen Auswirkungen Wirtschaftskrise, Erreichen Talsohle [%]

Einsetzen Krise in Unternehmen



Erwartung stärkster Einschnitt ("Talsole")



88%

Vergleich Studie '09

71%

23%

2%

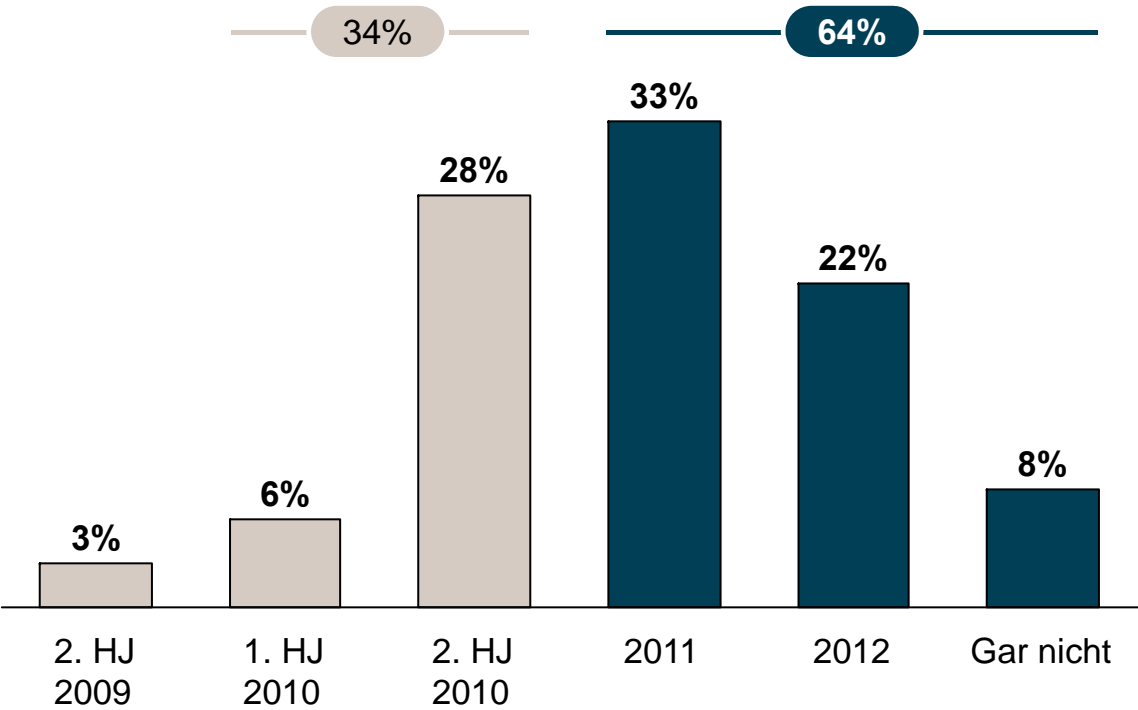
n.a.

4%

Großteil der Unternehmen erwartet eine Erholung aus der Krise erst ab 2011 oder später – Immerhin ein Drittel aber bereits in 2010

Erwartete Erholung aus der Wirtschaftskrise in Bauzulieferbranche¹⁾ [%]

Erwartete Erholung aus Wirtschaftskrise [%]



Anmerkungen

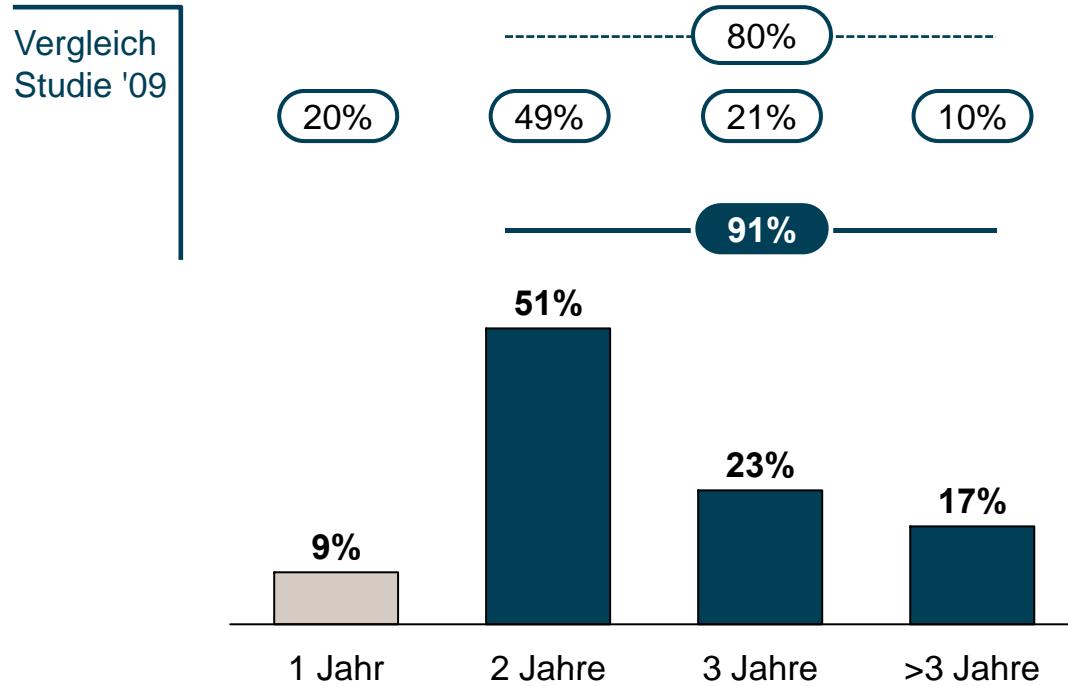
- **Hersteller FP** vergleichsweise **optimistisch** – Nur 25% erwarten Erholung erst ab 2012, während je ca. 35% einen Wiederanstieg ab 2. HJ 2010 bzw. 2011 sehen. Dem hingegen sind die **Produzenten von HFP skeptischer** – Hier erwarten 34% eine Erholung nicht vor 2012
- Die **Unternehmen** mit Schwerpunkt **Neubau** sind besonders **pessimistisch** – 77% sagen Erholung erst ab 2011 oder später voraus. "**Renovierer**" hingegen rechnen zu 57% bereits mit einem Anziehen der Wirtschaft bis zum 2. HJ 2010

1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe (8%)

Mehr als 90% der Teilnehmer sehen die Branche noch für mind. zwei Jahre im Griff der Krise – 10% mehr als vor einem Jahr

Andauern der Wirtschaftskrise in Bauzulieferbranche¹⁾ – Ergebnisse Studie 2010 [%]

Dauer der Wirtschaftskrise [%]



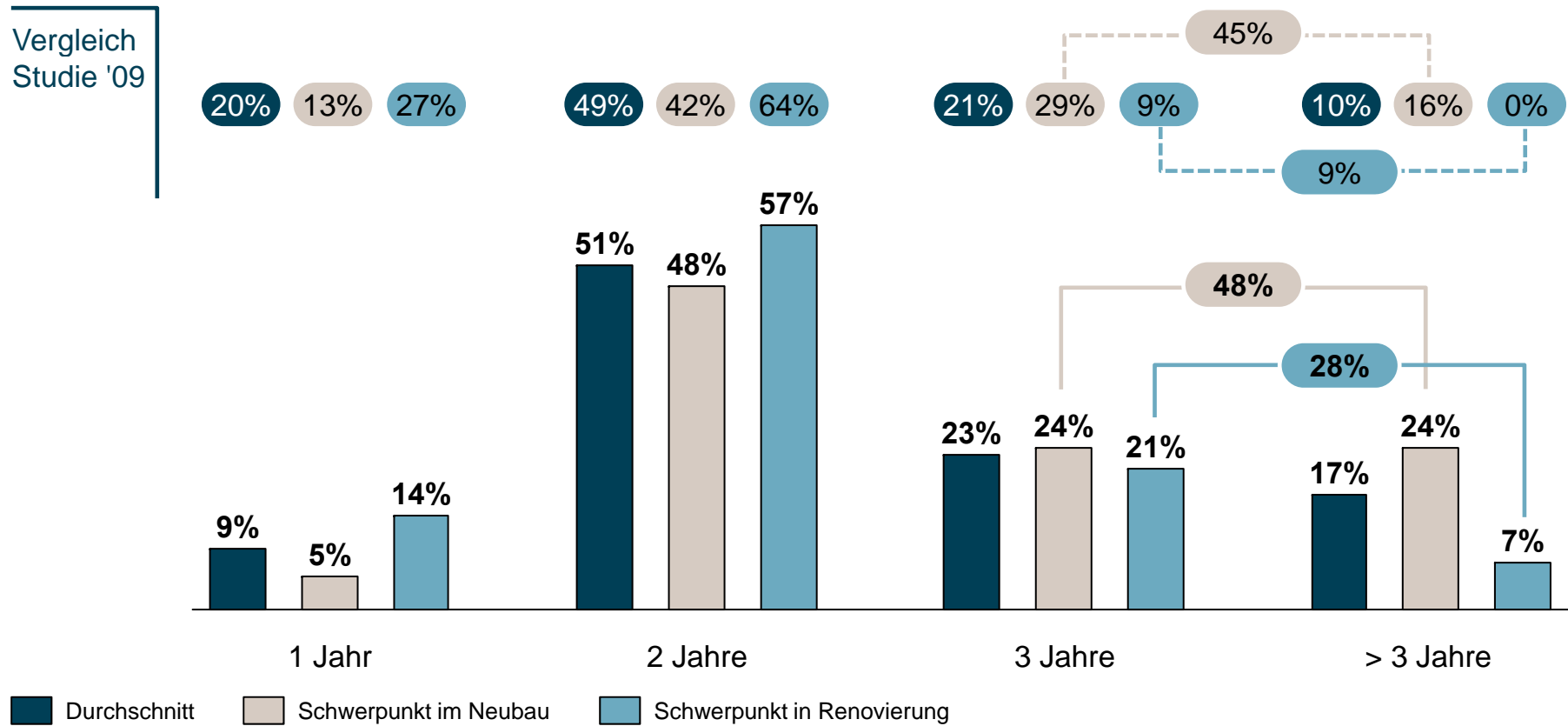
Anmerkungen

- Anzahl der **Unternehmen**, die **Krisendauer** von **2 oder mehr Jahren** erwarten, **steigt** im Studien-Jahresvergleich – Insbes. Teilnehmer, die Krisendauer von über 3 Jahren befürchten wächst von 10% auf aktuell 17%
- **Hersteller von HFP** besonders **pessimistisch** – Für 48% wird Krise 3 Jahre oder länger andauern, im vergangenen Jahr waren es nur 27%
- Bei **Produzenten** von **FP** bietet sich **umgekehrtes Bild** – Gingen 2009 noch 45% von Krisendauer von 3 oder mehr Jahren aus, sind es nun nur noch knapp 30%

1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe (10%; 8% in 2009)

Lieferanten für Neubau längerfristig betroffen als "Renovierer" – Jedoch auch diese sind skeptischer als im vergangenen Jahr

Andauern der Wirtschaftskrise in Bauzulieferbranche nach Tätigkeitsschwerpunkt¹⁾ [%]

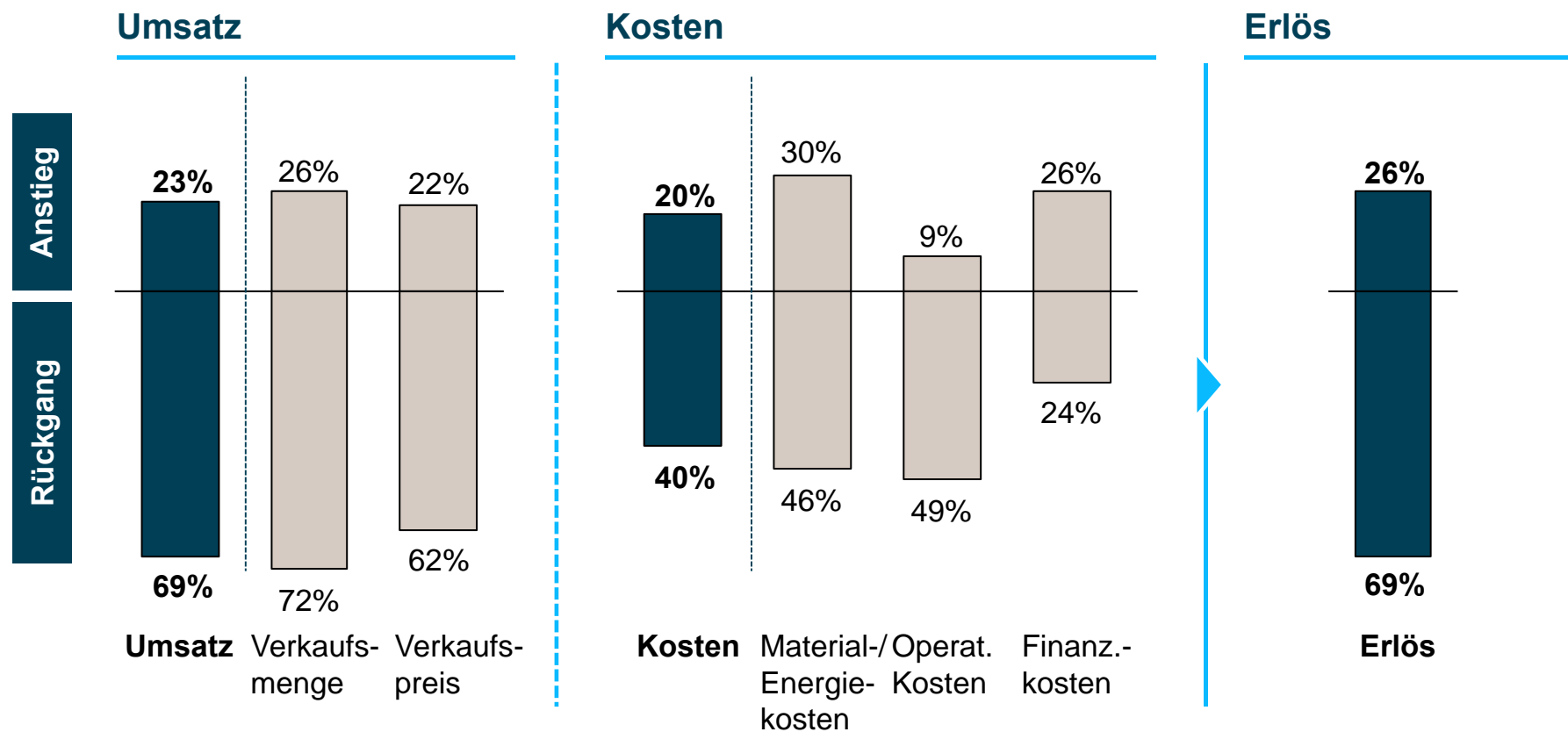


1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe (10%)

Quelle: Umfrage

Großteil der Teilnehmer hatte in 2009 Umsatz- und Erlösrückgänge zu verkraften – Immerhin 26% konnten den Erlös aber steigern

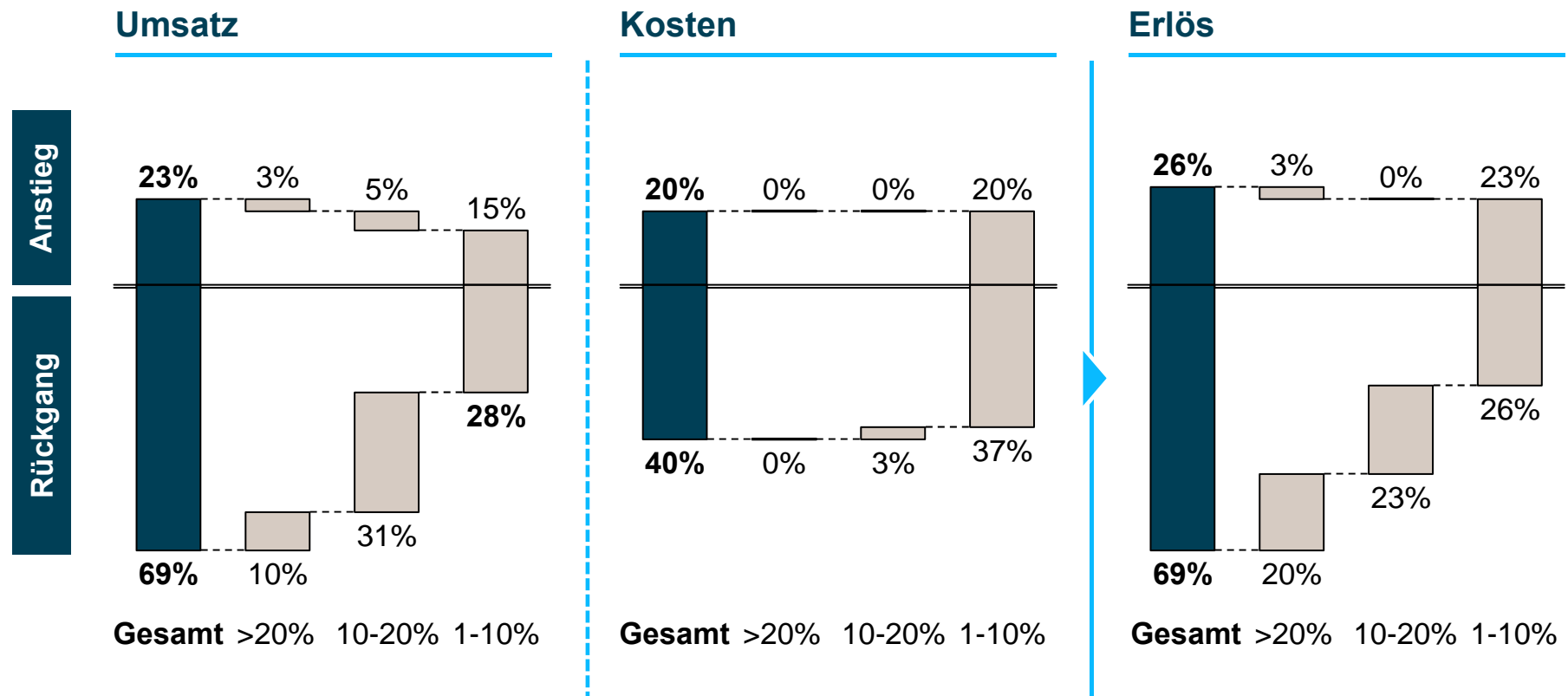
Auswirkungen der Krise auf Unternehmen – Geschäftsentwicklung 2009¹⁾ [%]



1) Änderung 2009 im Vergleich zu 2008; bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe; Nennung "gleichbleibend" nicht dargestellt

Bei einem Fünftel der Befragten lag Erlösrückgang bei über 20% – Umsatzrückgang zw. 10% und 20% für ein Drittel der Unternehmen

Auswirkungen der Krise auf Unternehmen – Geschäftsentwicklung 2009¹⁾ [%]

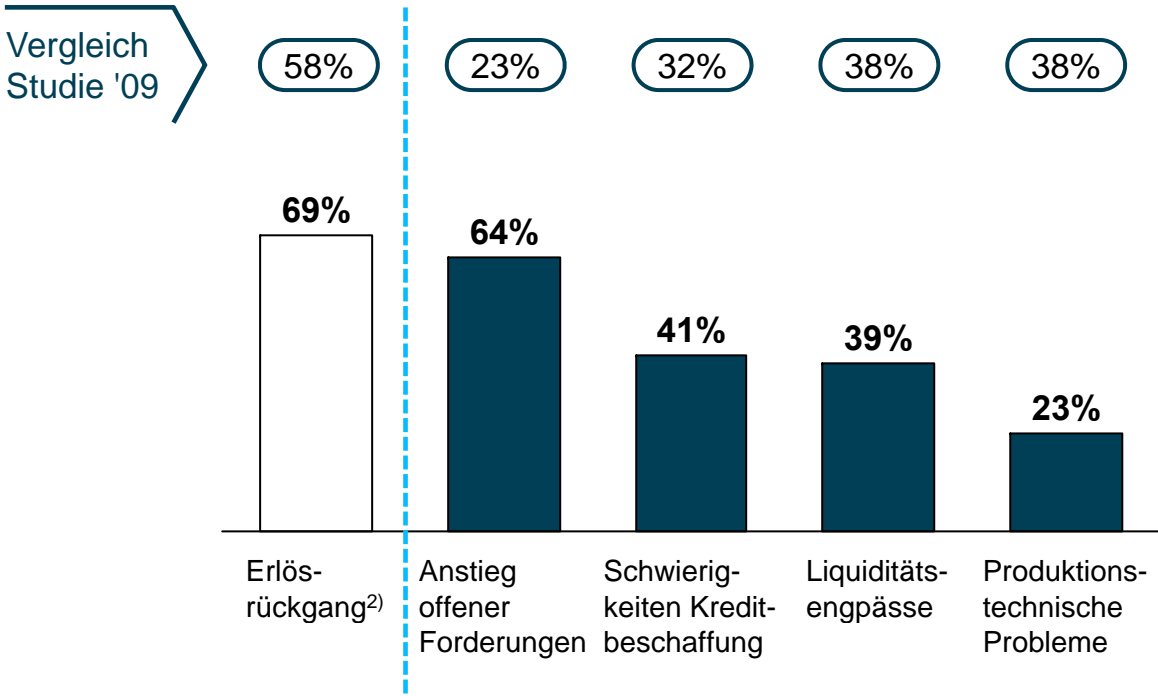


1) Änderung 2009 im Vergleich zu 2008; bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe; Nennung "gleichbleibend" nicht dargestellt

Anstieg offener Forderungen wird von 64% der Unternehmen als Problem angesehen – Plus 40% Punkte im Vergleich zum Vorjahr

Aus Krise resultierende Probleme für Unternehmen [%]

Probleme für Unternehmen¹⁾ [%]



Anmerkungen

- Schwierigkeiten bei **Kreditbeschaffung** werden v.a. (50%) bei **umsatzstarken Unternehmen** >100 Mio. EUR gesehen – Dagegen klagen v.a. **umsatzkleine Betriebe** (46%) über **Liquiditätsengpässe**
- **Anstieg offener Forderungen** trifft alle Unternehmen gleichermaßen – Insbes. dramatischer **Anstieg um 40%-Punkte im Vergleich zum Vorjahr** zu beachten
- **Produktionstechnische Probleme verlieren an Relevanz** – Offenbar konnten sich Unternehmen auf Situation einrichten

1) Mehrfachnennungen möglich; weitere Nennungen: Planungsunsicherheit sowie steigender Preiskampf

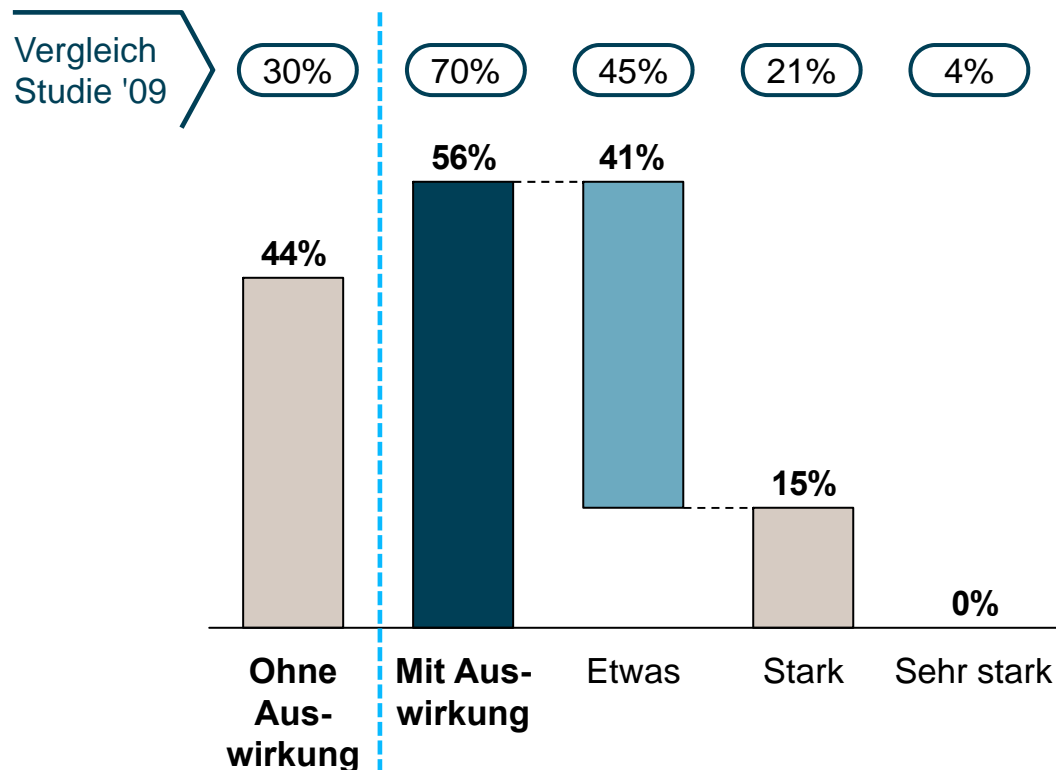
2) Unternehmen mit Erlösrückgang in 2009

Quelle: Umfrage

Nur noch 56% der Unternehmen erwarten positive – mehrheitlich jedoch nur "etwas" – Auswirkungen des Konjunkturpakets

Auswirkungen Konjunkturpaket auf Unternehmen [%]

Auswirkungen Konjunkturpaket [%]



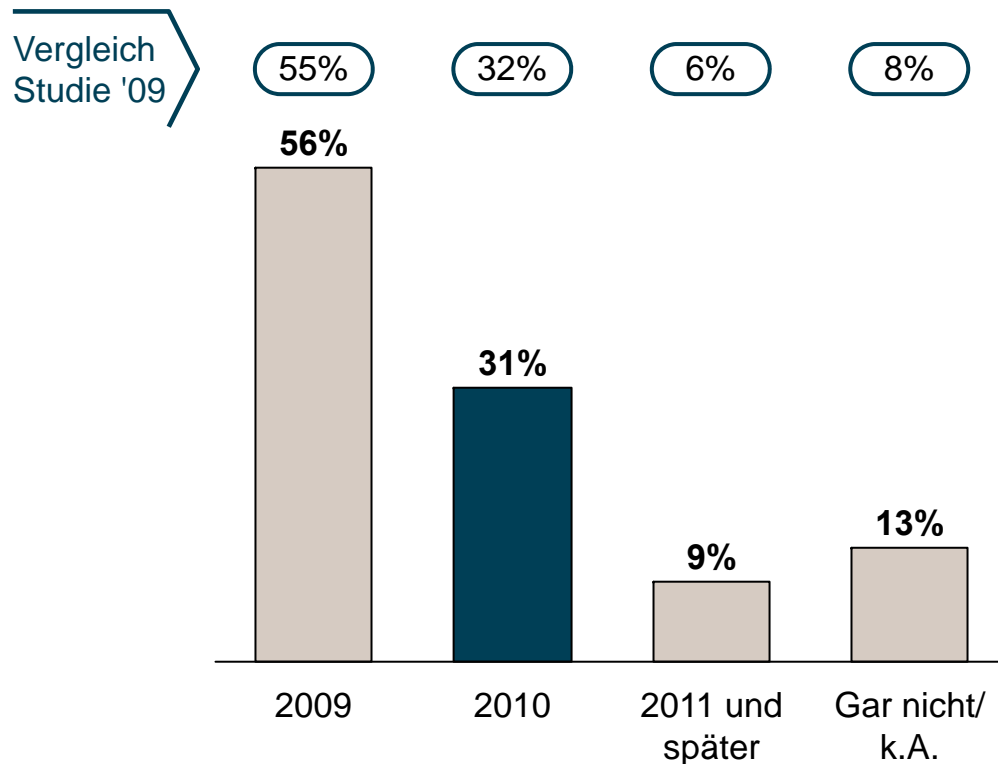
Anmerkungen

- Deutlich **pessimistischere Haltung gegenüber dem Konjunkturpaket** als im Vorjahr – In 2009 sahen noch 70% zumindest "etwas" positive Auswirkung, aktuell nur noch 56%. **Keiner** der Teilnehmer erwartet "**sehr stark**" zu profitieren
- Unternehmen mit Schwerpunkt Belieferung **Wirtschaftsbau** erwarten in **besonderem Maße** (55% gegenüber 44% im Durchschnitt) keine Auswirkungen des Programms. Am **positivsten** sind **Tiefbaulieferanten** mit 67% positiver Erwartung
- **Große Unternehmen** mit >100 Mio. EUR Umsatz **rechnen weiterhin wegen breiterer Aufstellung** verstärkt mit **positiver Auswirkung** des Konjunkturpakets

Für fast 60% der Teilnehmer hat das Konjunkturpaket bereits in 2009 gegriffen – Ein Drittel rechnet damit in 2010

Zeitliche Wirkung Konjunkturpaket – Erstes Greifen [%]

Erstes Greifen¹⁾ des Konjunkturpakets [%]



1) Erstes Greifen des Pakets ohne Beurteilung, ob stärkster Effekt später erwartet wird

Quelle: Umfrage

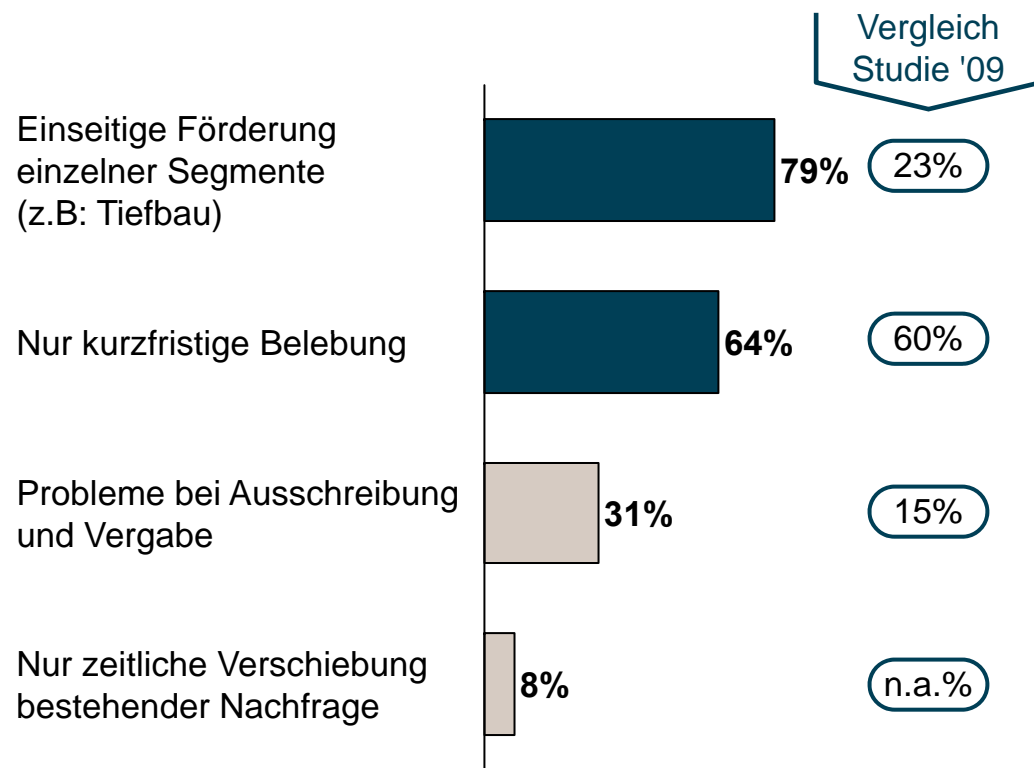
Anmerkungen

- **Fast 80%** der Befragten sehen **Greifen** des **Konjunkturpakets** in **2009 und 2010** – Im **Vergleich** zur **letztjährigen** Befragung ergeben sich nur **marginale Unterschiede**
- **Unternehmen** mit Umsätzen **>100 Mio. EUR** haben **überdurchschnittlich** (74%) das Greifen der Konjunkturpakete **schon** in **2009** gesehen – Ggfs. schnellere Zuteilung aufgrund ihrer wirtschaftlichen Bedeutung bzw. Einbindung in relevante Projekte
- **Unternehmen <100 Mio. EUR** erwarten zu 35% das **Greifen erst** in **2010**

Einseitige Förderung einzelner Segmente wird von 79% der Teilnehmer kritisiert – 64% monieren eine nur kurzfristige Belebung

Kritikpunkte und Probleme mit Konjunkturpakete¹⁾ [%]

Probleme mit Konjunkturpaket [%]



Anmerkungen

- Das **Konjunkturpaket begünstigt** nur **einzelne Segmente**, insbesondere Wohnungs-/neubau bleibt weitgehend außen vor – Dramatischer **Anstieg** der **kritisierenden** Unternehmen auf **73%** im Vergleich zu **23% im Vorjahr**
- Auch **Probleme bei Ausschreibung und Vergabe** werden **häufiger genannt** als im Vorjahr – Die zur Verfügung gestellten Mittel kommen z.T. nicht bei den Unternehmen an
- Weitere vereinzelte Nennungen (Auswahl)
 - Undurchsichtige Allokation
 - Förderung "unnötiger" Projekte

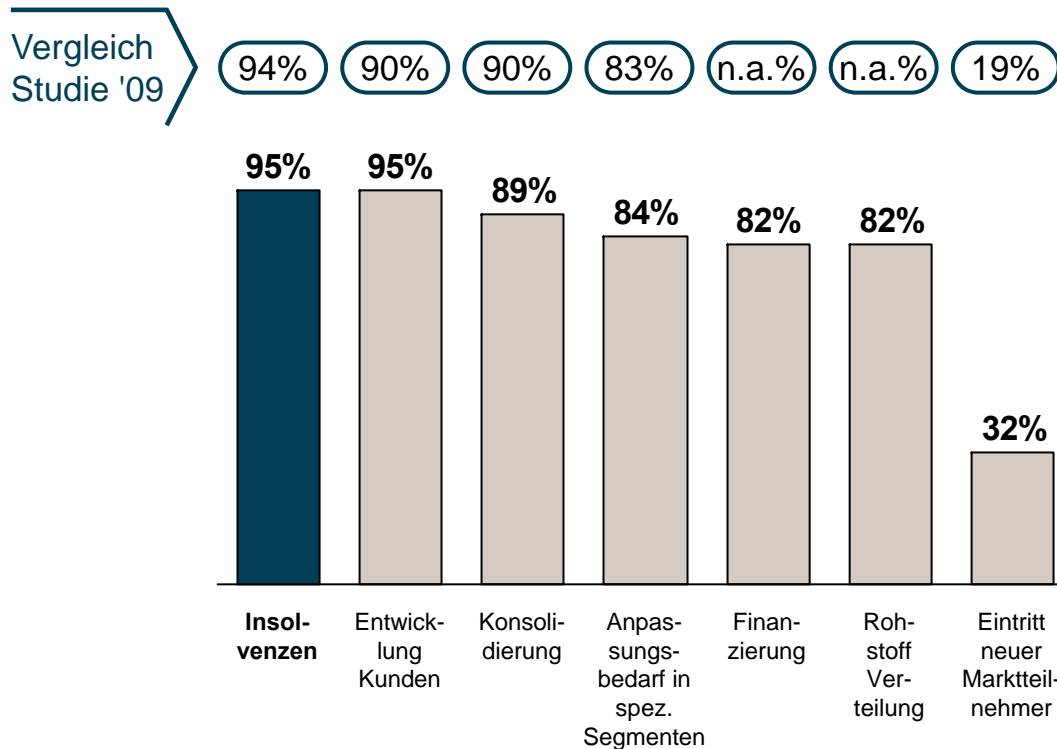
1) Mehrfachnennung möglich

Quelle: Umfrage

Insolvenzen sowie Entwicklung der Kunden werden von den Unternehmen als größte Risiken gesehen

Risiken der Wirtschaftskrise¹⁾ [%]

Risiken [%]



Anmerkungen

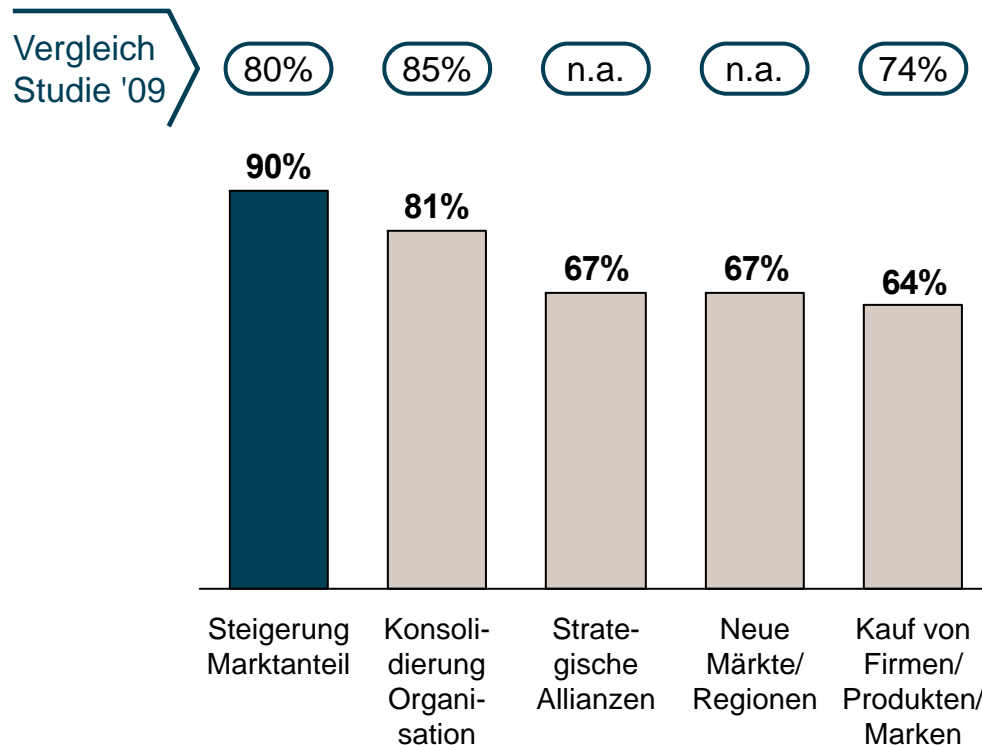
- **Unsicherheit** bzgl. **Entwicklung** der eigenen **Kunden** zunehmend als **Bedrohung** für eigenes Geschäft wahrgenommen (**95%** im Vgl. zu **90%** im Vorjahr) – Insbesondere für **RS-Lieferanten** relevant (**100%**) aufgrund Positionierung in Wertschöpfungskette
- **Risiko** durch **Eintritt** neuer **Marktteilnehmer** deutlich gestiegen – **V.a. bei RS- und FP-Lieferanten** (18% bzw. 44% im Vergleich zu je 0% im Vorjahr) **sowie** bei **umsatzgroßen Unternehmen** >100 Mio. EUR (69% verglichen mit 17% im Vorjahr)
- **Rohstoffverteuerung** von **82%** der Teilnehmer als **Risiko** wahrgenommen, jedoch mit geringer Ausprägung: 61% halten es für "leichtes" Risiko. **Insbesondere Lieferanten HFP** betroffen (68%, davon 32% "sehr stark/stark")

1) Anteil der Teilnehmer, für die genanntes Thema ein Risiko darstellt. Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe. Mehrfachnennung möglich

In der Krise werden auch Chancen gesehen – Steigerung Marktanteil sowie Konsolidierung eigener Organisation im Vordergrund

Chancen der Wirtschaftskrise¹⁾ [%]

Chancen [%]



Anmerkungen

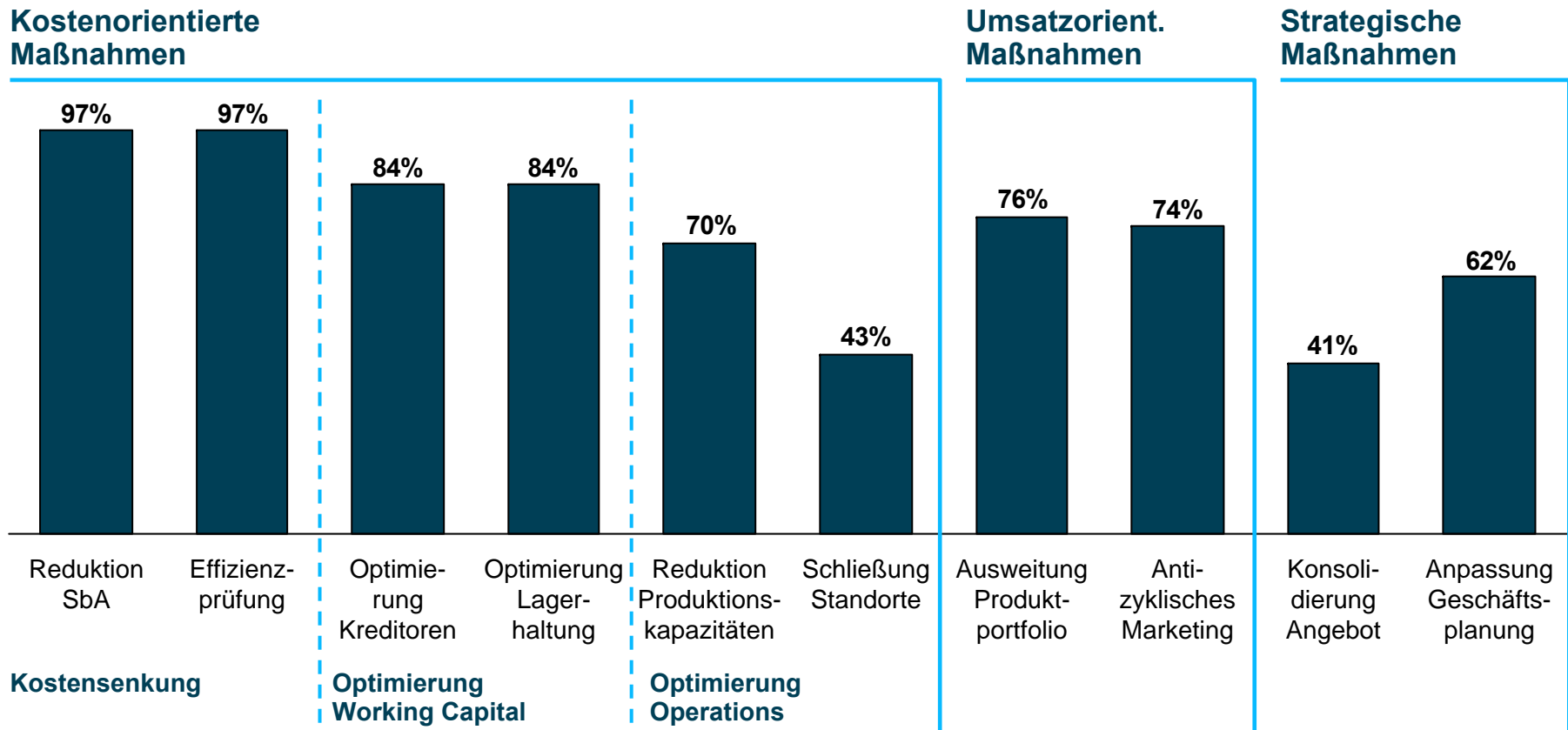
- **Chancen** ergeben sich sowohl **innerhalb der Unternehmen als auch** im Rahmen der **Marktbearbeitung**
- Weiterhin werden eigene Tätigkeiten zur **Konsolidierung der Organisation** massiv von **Großunternehmen** als Chance gesehen (**100% wie im Vorjahr**). Bei **kleineren Unternehmen** nimmt Bedeutung sogar noch ab: **Aktuell 75%** im Vergleich zu **83% im letzten Jahr**
- Chance zur **Steigerung des Marktanteils** wird in höherem Umfang gesehen (**+10%**) – Treiber sind hier v.a. die **umsatzstarken Unternehmen >100 Mio. EUR (+16%** im Vorjahresvergleich)

1) Anteil der Teilnehmer, für die genanntes Thema eine Chance darstellt. Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe. Mehrfachnennung möglich

Quelle: Umfrage

Alle Unternehmen arbeiten aktiv gegen Krise – Kosten-Maßnahmen spielen höhere Rolle als Umsatz- und strategische Maßnahmen

Maßnahmen in der Krise – Ausgewählte Beispiele und Kategorisierung¹⁾ [%]

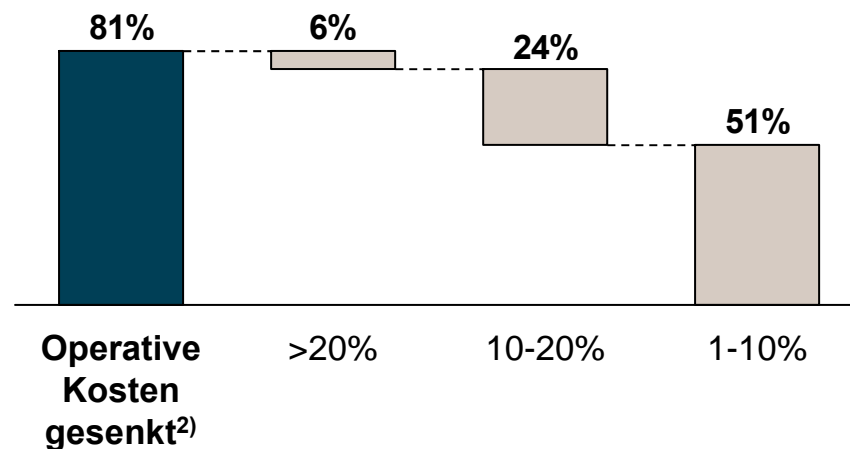


1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

Kostensenkende Maßnahmen haben bei 81% der Teilnehmer gegriffen – Nur 45% konnten Umsatz durch eigene Maßnahmen steigern

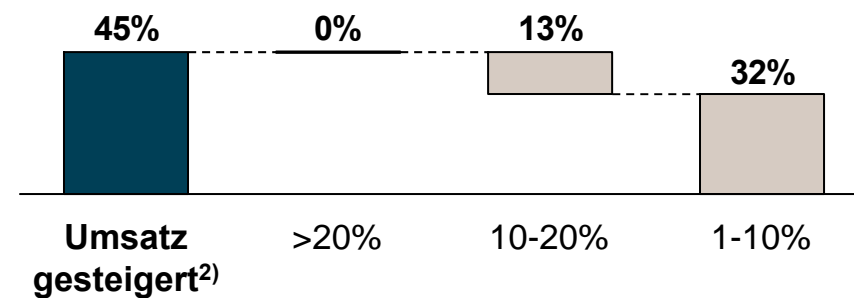
Effekte eingeleiteter Maßnahmen auf Geschäftsentwicklung 2009¹⁾ [%]

Kostenorientierte Maßnahmen



- 19% der Unternehmen haben entweder keine Maßnahmen zur Kostensenkung ergriffen oder die ergriffenen Maßnahmen hatten keine Wirkung
- V.a. umsatzstarke Unternehmen >100 Mio. EUR konnten Kosten senken – 94% verglichen mit nur 70% bei umsatzschwachen Betrieben

Umsatzorientierte Maßnahmen



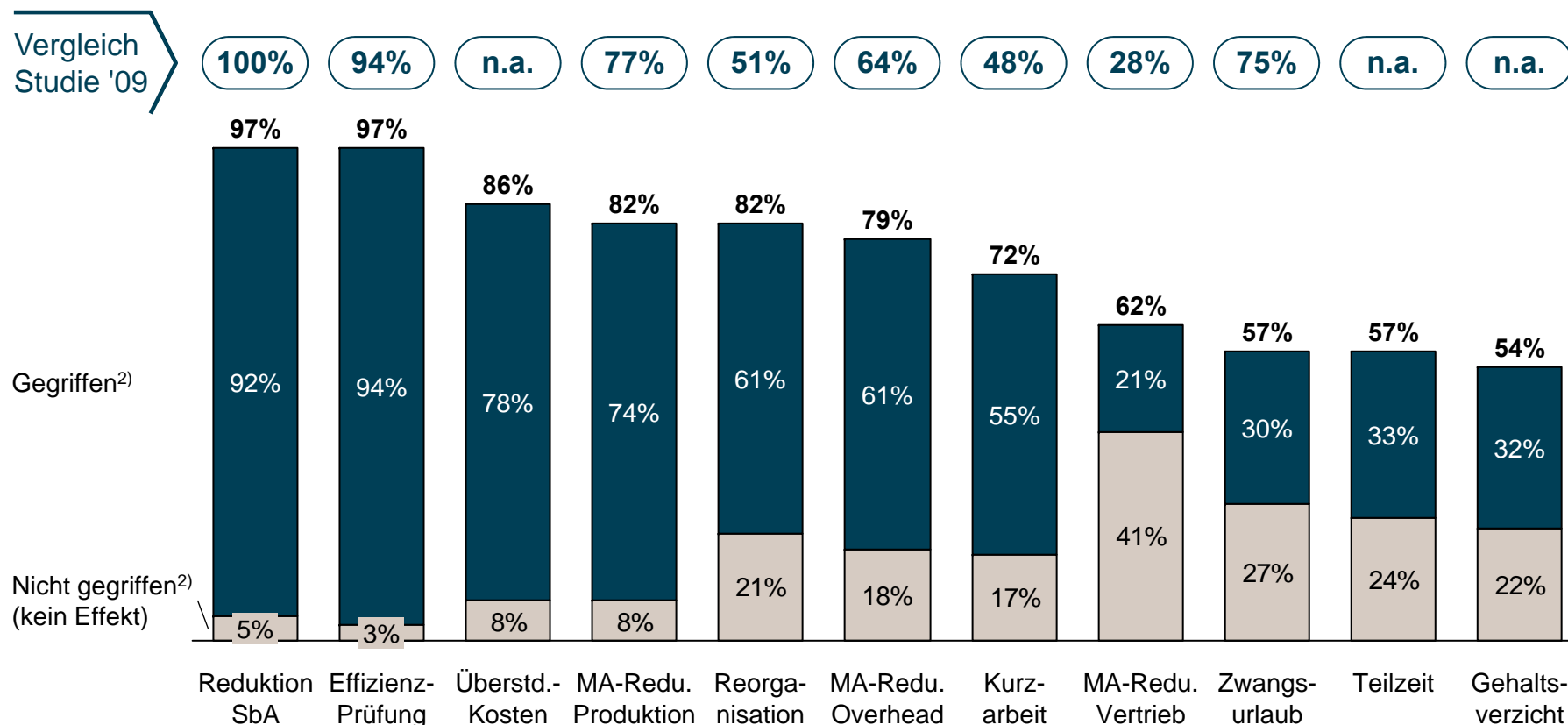
- 55% der Teilnehmer konnten ihren Umsatz nicht durch eigene Maßnahmen steigern oder waren in den genannten Bereichen gar nicht aktiv
- Wiederum deutlich höhere Quote bei Unternehmen >100 Mio. EUR – 58% im Vergleich zu 32% der Unternehmen <100 Mio. EUR

1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

2) Durch spezifische eigene Maßnahmen

Reduktion SbA sowie Effizienzprüfung bleiben am häufigsten genutzte Maßnahmen zur Kostensenkung – Und dies mit Erfolg

Ergriffene Maßnahmen zur Kostensenkung/Restrukturierung¹⁾ [%]



1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

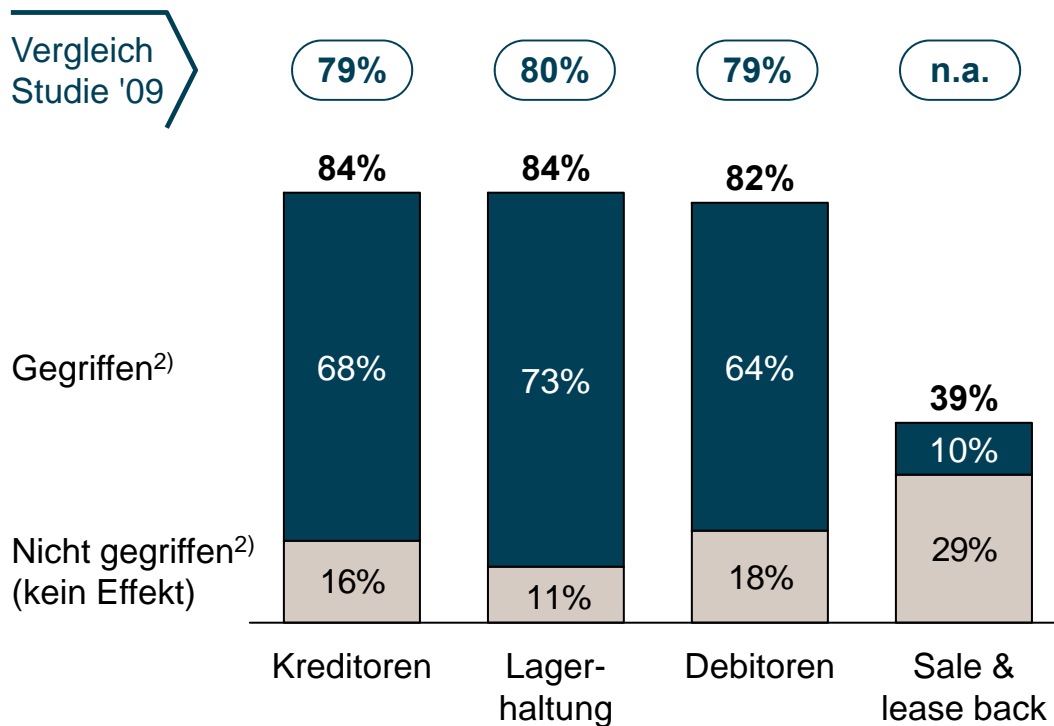
2) Kostensenkung durch ergriffene Maßnahmen? "gegriffen" = ja; "nicht gegriffen" = nein

Quelle: Umfrage

Anzahl der Unternehmen, die Maßnahmen zur Optimierung Working Capital ergriffen haben, steigt im Jahresvergleich leicht

Ergriffene Maßnahmen zur Optimierung Working Capital¹⁾ [%]

Maßnahmen Optimierung Working Capital [%]



Anmerkungen

- **Alle Betriebe >100 Mio. EUR** ergreifen Maßnahmen zur **Optimierung Kreditoren, Debitoren** sowie **Lagerhaltung** – Bzgl. Kreditoren und Lagerhaltung führen diese Maßnahmen zudem zu 100% zu zumindest geringem Kostensenkungseffekt

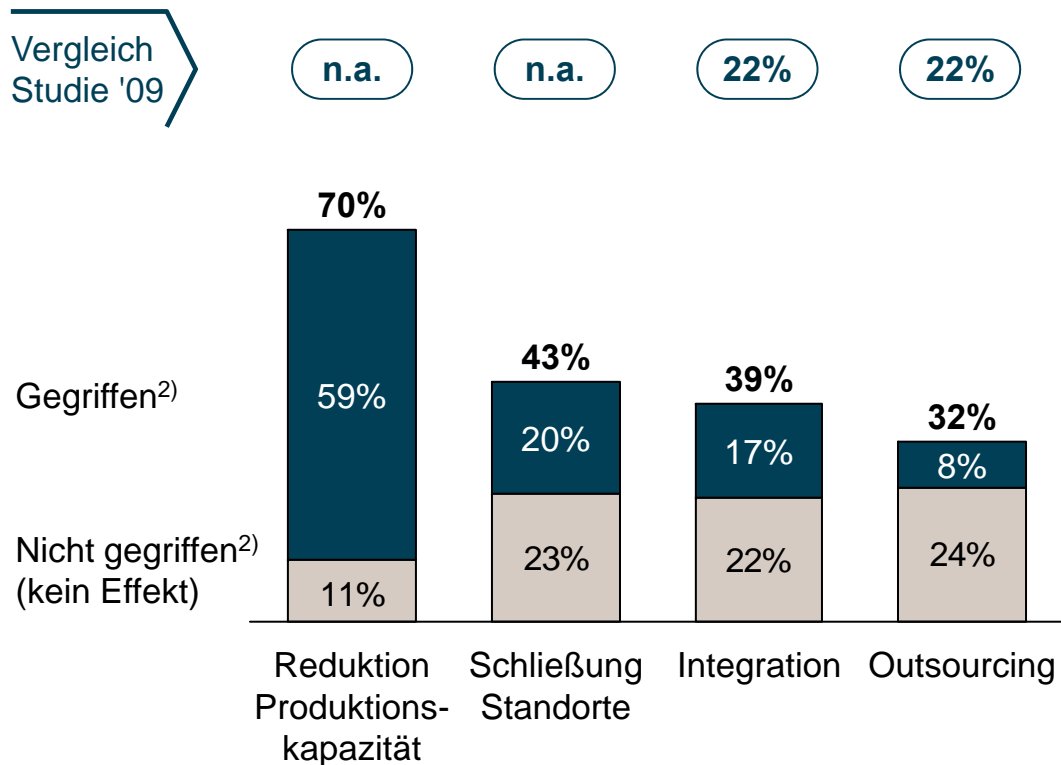
1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

2) Kostensenkung durch ergriffene Maßnahmen? "gegriffen" = ja; "nicht gegriffen" = nein

Reduktion Produktionskapazität wird von 70% der Teilnehmer zur Optimierung Operations ergriffen – Zumeist mit positivem Effekt

Ergriffene Maßnahmen zur Optimierung Operations¹⁾ [%]

Maßnahmen Optimierung Operations [%]



Anmerkungen

- **Alle Unternehmen >100 Mio. EUR reduzieren Produktionskapazität** – Bei **umsatzkleinen** Betrieben lediglich **59%**
- **Schließung Standorte insbes. für umsatzgroße (>100 Mio. EUR) Unternehmen** von Bedeutung (**67%** im Vergleich zu 35% bei Betrieben <100 Mio. EUR) – Auch von **RS-Lieferanten** in überdurchschnittlichem Maß genutzt (**70%**)
- Eingeleitete Maßnahmen in **Outsourcing** und **Integration** haben vor allem bei **FP-Lieferanten** **gegriffen** (33% bzw. 22%)

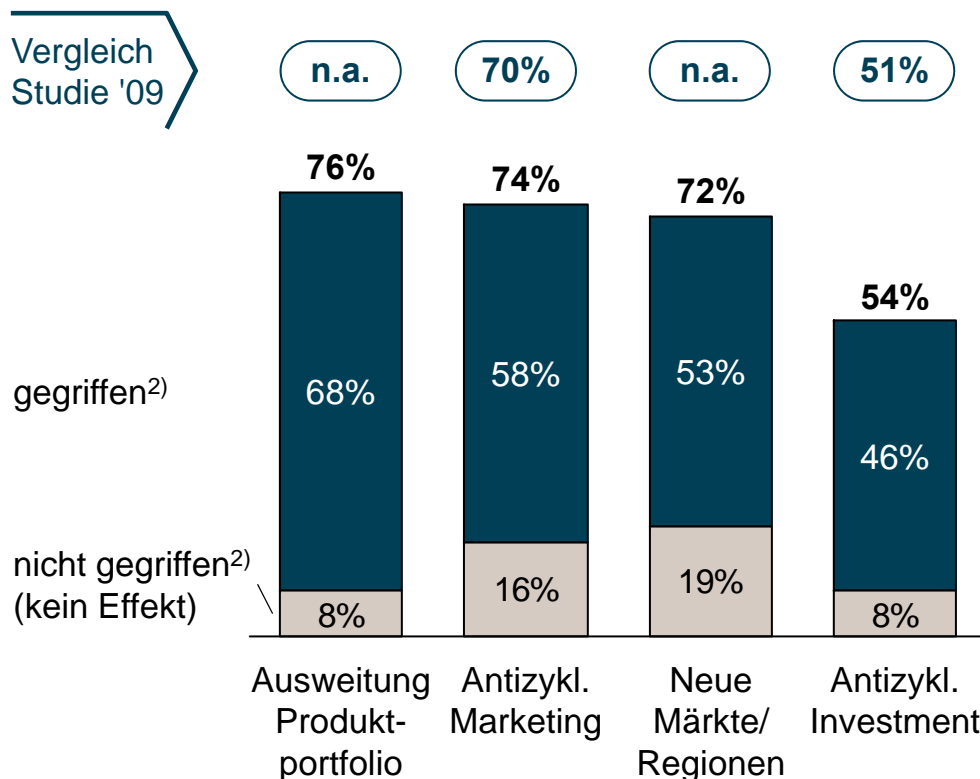
1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

2) Kostensenkung durch ergriffene Maßnahmen? "gegriffen" = ja; "nicht gegriffen" = nein

Antizyklisches Investment wird nur von gut 50% der Teilnehmer zur Umsatzsteigerung ergriffen

Ergriffene eigene Maßnahmen zur Umsatzsteigerung¹⁾ [%]

Ergriffene Maßnahmen



Anmerkungen

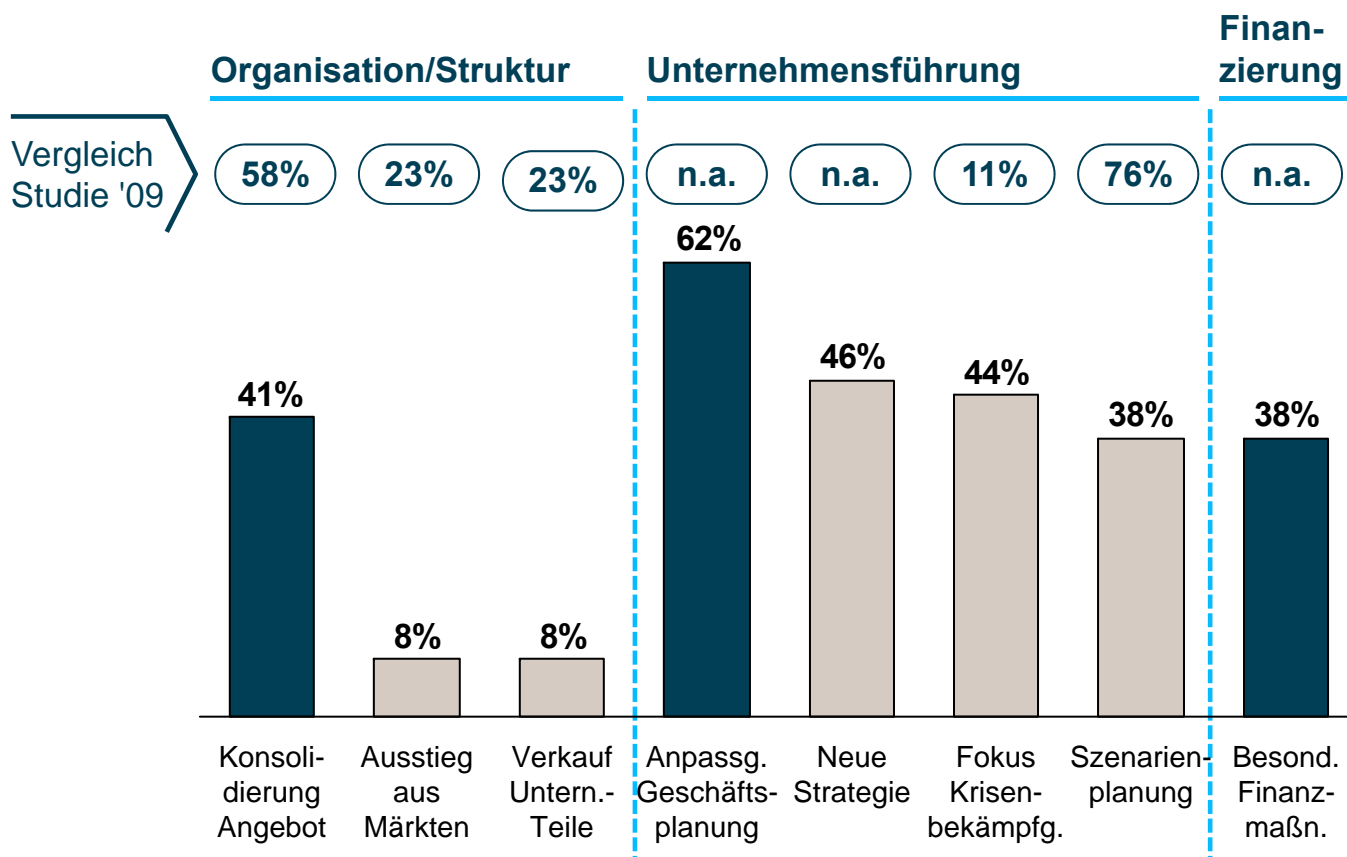
- Nur **geringe Änderungen** hinsichtlich Ergreifen **umsatzsteigernder Maßnahmen** im Vorjahresvergleich
- **Antizyklisches Investment** v.a. von **umsatzstarken Unternehmen** >100 Mio. EUR als Maßnahme wahrgenommen – 61% im Vergleich zu 47% bei Betrieben <100 Mio. EUR
- **Wohnungsbau-Lieferanten** nutzen **Ausweitung Produktportfolio** weit überdurchschnittlich (89%), allerdings zu 16% ohne direkte Umsatzsteigerung – Produzenten für **Wirtschaftsbau** ergreifen diese Maßnahme nur zu 45%, aber hier haben alle Maßnahmen zumindest geringen Effekt

1) Bereinigt um Teilnehmer ohne Angabe

2) Umsatzeffekt durch ergriffene Maßnahmen? "gegriffen" = ja; "nicht gegriffen" = nein

Aus strategischer Sicht wird insbes. Geschäftsplanung angepasst – Maßnahmen zur Organisation/Struktur verlieren an Bedeutung

Ergriffene eigene strategische Maßnahmen¹⁾ [%]



Anmerkungen

- Sowohl **Verkauf** von **Unternehmensteilen** als auch Ausstieg aus Märkten sowie **Konsolidierung Produktportfolio** verlieren im Vorjahresvergleich – offensichtlich wurden bereits Maßnahmen eingeleitet und somit wird künftig nur wenig Potenzial gesehen
- Besondere **Finanzmaßnahmen** v.a. bei Betrieben >100 Mio. EUR – 50% verglichen mit 33% bei Unternehmen <100 Mio. EUR

1) Nennungen bezogen auf Grundgesamtheit der Teilnehmer – Mehrfachnennung möglich

Quelle: Umfrage