



# Branchen-Steckbrief

## Persönliche Dienstleistungen

z.B. Wäschereien/chemische Reinigungen, Friseursalons, Bestattungsunternehmen, Bäder und Saunen

### Stärken

- Steigende Nachfrage nach Gesundheitsvorsorge, Wellness- und Fitnessdienstleistungen
- Umsätze waren in der Vergangenheit wenig zyklisch

### Schwächen

- Geringe Markteintrittsbarrieren
- Mittelpreisige Leistungen sind oft weniger gefragt; Polarisierung zwischen Premium- und Discountdienstleistungen
- Branche ist durch eine Vielzahl finanzschwacher Kleinunternehmen gekennzeichnet
- In Teilssegmenten (Friseure, Reinigungen) sind erhebliche Überkapazitäten vorhanden, die steigenden Preisdruck nach sich ziehen
- Preisdruck wird bei Friseuren durch einen hohen Anteil der Schattenwirtschaft verstärkt

### Chancen

- Spezielle Leistungen für Senioren anbieten
- Outsourcing bei gewerblichen Kunden schafft Absatzmöglichkeiten
- Kundenbindung durch regionale Besonderheiten und persönliche Kontakte
- Demographische Entwicklung stimuliert in Teilenbereichen die Nachfrage

### Risiken

- Belastung der verfügbaren Einkommen durch Steuern und Abgaben, sowie steigende Energiepreise
- Belastung der Unternehmen durch steigende Energie und Rohstoffpreise, z.B. bei Saunen und Bädern
- Steigende Verbraucherunsicherheit durch zunehmende Befristung von Arbeitsverhältnissen und Niedriglohnsektor reduziert langfristig die Konsumbereitschaft der privaten Haushalte und verstärken die Preissensitivität

### Lage

- Starker Wettbewerb besteht im Friseurgewerbe und bei chemischen Reinigungen
- Bei Friseuren hoher Anteil der Schattenwirtschaft und zunehmende Kettenbildung
- Bei Kosmetiksalons, Bestattungsunternehmen und Saunen ist der Wettbewerbsdruck bislang weniger ausgeprägt, jedoch werden Verbraucher zunehmend preissensitiv.
- Bei gegebenem Preis werden zunehmend umfangreichere Leistungen nachgefragt

### Ausblick

- Sinkende Nachfrage (Reinigungsdienstleistungen) und veränderte Wertvorstellungen der privaten Verbraucher (Bestattungen) werden weiter steigenden Preisdruck nach sich ziehen
- Der zum 1. Januar 2015 eingeführte Mindestlohn wird mit zu einer Marktbereinigung beitragen
- Gestiegene Ansprüche der Verbraucher ziehen vor allem im Wellness-Bereich umfangreiche Investitionsnotwendigkeiten nach sich

## 03 Marktanalyse

- 03 Basisfakten
- 04 Lage und Ausblick
- 05 Wettbewerb
- 05 Auflagen und Gesetze
- 06 Organisationen

## 06 Unternehmen

- 06 Abnehmer
- 06 Kosten
- 06 Ertragslage

## Glossar

<b>HWO</b>	Die Handwerksordnung regelt in Deutschland die Ausübung des Handwerks. Die HWO unterscheidet zulassungspflichtiges und zulassungsfreies Handwerk. Beim zulassungspflichtigen Handwerk besteht die Meisterpflicht, wonach es nur Meistern und Gleichgestellten gestattet ist, einen Handwerksbetrieb zu führen.
<b>Persönliche Dienstleistungen</b>	Statistisch umfasst die Branche folgende Subbranchen
	1. Wäscherei und Chemische Reinigung (BGS 791, Wirtschaftszweigsystematik Destatis (WZ08): 96.01), z.B.:
	Waschen, chemisches Reinigen, Bügeln von Bekleidung und anderen Textilien; Annahme, Abholen und Ausliefern von Wäschestücken im Zusammenhang mit dem Reinigen; Shampooieren von Teppichen, Reinigen von Vorhängen und Gardinen, auch in den Räumlichkeiten der Kunden; Bereitstellung von Wäsche, Arbeits- und Berufsbekleidung (nicht von anderer Bekleidung) durch Wäschereien
	2. Friseur- und Kosmetiksalon (BGS 792, WZ08 96.02)
	3. Bestattungswesen (BGS 793, WZ08 96.03): Bestattungsinstitute; Friedhöfe und Krematorien
	4. Saunas, Solarien, Bäder und Ähnliches (BGS 794, WZ08 96.04)
	5. Ehe- und Partnervermittlungsinstitute; sonst. pers. Dienstleistungen (BGS 795, WZ08 96.09), z.B.: Heirats- und Partnervermittlung, Begleitdienste; Tätowierungs- und Piercingstudios; Betreuung von Haustieren wie Unterbringung, Pflege, Beaufsichtigung und Dressur; Astrologen, Spiritisten; Ahnenforschungsinstitute; Schuhputzer, Parkplatzzuweiser; Betrieb von münzbetriebenen Geräten wie Schließfächer
(↑)	Veränderung von mehr als einem Prozent
(↓)	Veränderung von weniger als einem Prozent

Die **Daten des Statistischen Bundesamts** (Destatis) beziehen sich auf Unternehmen oder Einrichtungen mit einem Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro.

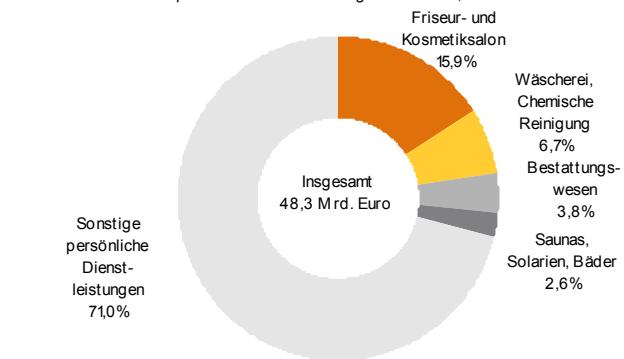
## Marktanalyse

### Basisfakten

- Rund 285.000 Unternehmen erwirtschafteten 2013 einen Umsatz von 48,3 Mrd. Euro.
- Das Gros der Umsätze wird von einer Vielzahl von Unternehmen erbracht, die in Marktsegmenten tätig sind (wie Tattoo-Studios, Partnervermittlungen, Betreuung von Haustieren). Größtes Einzelsegment sind **Friseur- und Kosmetiksalons** mit einem Umsatzanteil von 16%.
- Für die meisten der betrachteten Dienstleistungssegmente gibt es keine Marktzugangsbeschränkungen, lediglich Friseure betreiben ein **zulassungspflichtiges Handwerk**. Das Betreiben eines Friseursalons setzt eine Meisterprüfung und die Eintragung in die Handwerksrolle voraus.
- Für Gründung bzw. Betrieb von **chemischen Reinigungen/Wäschereien, Bestattungsunternehmen oder Saunen** besteht keine formale Zugangsvoraussetzung oder Qualifikation. In der Vergangenheit sind in diesen Bereichen jedoch eine Vielzahl von Ausbildungsberufen entstanden. Hier dürften die vergleichsweise beachtlichen Investitionsvolumina die einzige Zugangshürde darstellen.
- Die Branchen sind (noch) geprägt von (familienbetriebenen) Einzelunternehmen.

### Friseure am bedeutendsten

Anteile am Umsatz der persönlichen Dienstleistungen in Prozent, 2013



Quelle: Destatis, FERI 2016

- Die Nachfrage nach persönlichen Dienstleistungen korreliert mit dem privaten Verbrauch und somit der Entwicklung des verfügbaren Einkommens. Die Saunen und Fitnessstudios haben in der Vergangenheit überproportional von der Einkommensentwicklung der Verbraucher profitiert.

### Profil Persönliche Dienstleistungen 2013

	Wäschereien/ chem. Reinigungen	Friseure/ Kosmetikinstitute	Bestatter	Sauna/ Fitness	Ehevermittlung und sonstige Dienste
Anteil am Umsatz persönliche Dienstleistungen (%)	6,7	15,9	3,8	2,6	71,1
Jährliche Umsatzveränderung, 2009 bis 2013 im Durchschnitt (%)	1,4	2,5	3,2	6,9	-2,8
Anzahl der Unternehmen	6 017	79 703	5 910	4 141	188 998
Jährliche Veränderung der Unternehmenszahl, 2008 bis 2013 im Durchschnitt (%)	-3,6	0,6	-0,4	2,6	-4,3
Tätige Personen je Unternehmen, 2010	11,4	3,0	4,0	4,7	-
Durchschnittl.Umsatz je Betrieb ( T€)	535	96	315	298	182
Zulassungsbeschränkungen	nein	ja	nein	nein	nein
Anteil der Kosten am Umsatz (2010, %)	77	73	70 bis 80	82	-
Anteil Einzelunternehmen (2010, %)	81	91	67	67	-

Quellen: Kostenstrukturstatistik Destatis 2012, Destatis, FERI 2016

## Lage und Ausblick

### Prognose persönliche Dienstleistungen – verhaltene Umsatzzunahmen möglich

	2013	2014	2015 <sup>1</sup>	2016 <sup>1</sup>
Umsätze real	-1,6	-0,8	0,9	1,2
Preise persönliche Dienstleistungen	2,5	2,3	2,0	3,2
Privater Verbrauch real	0,8	1,2	1,9	2,5
Verfügbare Einkommen real	1,7	2,4	2,8	2,9

Quellen: Destatis, FERI 2016, 1) Commerzbank Prognose

Die Umsätze der Persönlichen Dienstleistungen fielen im Mittel von 2009 bis 2013 um jährlich 1,3%. Verantwortlich hierfür war der Umsatzrückgang im Segment Ehevermittlung und sonstige Dienste (-2,8%). Dies dürfte zumindest teilweise auf die sozialen Medien zurückgehen. Privat getroffene (Dienstleistungs-)vereinbarungen können statistisch nicht erfasst werden.

Die Entwicklung der verfügbaren Einkommen und des privaten Verbrauchs lassen grundsätzlich weitere moderate Umsatzzunahmen bei Persönlichen Dienstleistungen erwarten.

#### Textilreiniger/Wäschereien

- Einzelunternehmen (2010: 81%) dominieren die Branche, 72% der Unternehmen erzielten 2013 einen Jahresumsatz, der 250.000 Euro nicht überschritt.
- Die Branche teilt sich auf in die auf das Privatkundengeschäft ausgerichteten chemischen Textilreinigungen sowie die Wäschereien, die eher gewerbliche Kunden haben. Das Geschäft mit Privatkunden wird zunehmend schwieriger. Private Kunden lassen im Durchschnitt sechs Kleidungsstücke pro Jahr reinigen. Die Tendenz ist fallend, da zunehmend pflegeleichte Kleidungsstücke nachgefragt werden. Auch künftig ist in diesem Segment nicht mit einer deutlichen Zunahme der Umsätze zu rechnen.
- Mit gewerblichen Kunden (Hotels, Gaststätten, Heime, Krankenhäuser) können oft längerfristige Verträge ausgehandelt werden. Zudem kann die Branche hier von Outsourcing-Bestrebungen profitieren. Allerdings werden von gewerblichen Kunden meist Komplettangebote nachgefragt bis hin zum Wäsche-Leasing.
- Insgesamt steht die Branche unter hohem Kostendruck, bei nahezu gesättigten Märkten.

#### Friseure

- Friseursalons werden überwiegend als Einzelbetriebe (91%) mit nur wenigen Angestellten betrieben, 71% der Salons erwirtschaften Umsätze unter 100.000 Euro p.a.
- Seit der Novelle der Handwerksordnung im Jahr 2004 können Friseure, die weniger als 17.500 Euro Umsatz p.a. erzielen ohne Meisterzwang tätig sein, z.B. als mobile Friseure. Der Anteil dieser sogenannten „Mikrobetriebe“ wird auf mindestens 20% geschätzt.

- Die durchschnittliche Anzahl der Friseurbesuche ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesunken. Rund 30% der Frauen und 65% der Männer gehen (offiziell) nie zum Friseur. Diese Angaben dürften aber durch den hohen Anteil der Schattenwirtschaft in der Branche (geschätzt 20 bis 30% des Brancheumsatzes) zu relativieren sein.
- Rund 70% des Branchenumsatzes wird im Damensalon, rund 19% im Herrensalon und der Rest mit dem Verkauf von Pflegemitteln erwirtschaftet.
- Angebot und Preise in der Branche spreizen sehr stark, insgesamt steht die Branche jedoch unter hohem Preisdruck.
- Es kann nicht mit deutlich steigenden Umsätzen gerechnet werden. Auch der wachsende Bedarf an Dienstleistungen der Körperpflege aufgrund demographischer Einflüsse wird keine große Stütze sein.

#### Saunen, Bäder und Solarien

- Die Mehrzahl der Betriebe sind Einzelunternehmen (knapp 70%), die Jahresumsätze von maximal 250.000 Euro erzielen. Rund die Hälfte der Saunen erwirtschaften sogar weniger als 100.000 Euro p.a.
- Von den Saunen befinden sich 23% in öffentlichen Bädern, 33% in Fitnessclubs und 44% in Hotels.
- Saunen, Bäder und Solarien waren in der jüngsten Vergangenheit das Segment unter den Persönlichen Dienstleistungen, das die stärkste Zunahme der Nachfrage verzeichnete.
- Saunabesuche erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, rund 30 Mio. Menschen über 14 Jahre besuchen in Deutschland regelmäßig die Sauna.
- Das Segment der gesundheitsbewussten Generation 50 plus wächst stetig an. In zehn Jahren wird rund die Hälfte der Deutschen älter sein als 50 Jahre. Hiervon wird die Branche mengenmäßig profitieren.

#### Bestatter

- Dieses Segment hat handwerkliche Wurzeln. Die Totenfürsorge wurde ursprünglich von Tischlereien wahrgenommen.
- Die Mehrzahl (knapp 70%) der Bestattungsunternehmen wird als Einzelunternehmen betrieben. Knapp 40% der Unternehmen erzielen jährlich Umsätze zwischen 100.000 und maximal

250.000 Euro. Der Filialisierungsgrad im Bestattungsgewerbe ist noch relativ gering (10 bis 15%) und meist auf Großstädte beschränkt.

- Von Anfang der 90er Jahre bis 2007 waren die durchschnittlichen Umsätze je Unternehmen rückläufig. Im Wesentlichen ist dies durch den Trend zu neuen Bestattungsformen (steigender Anteil von Feuerbestattungen, Beisetzung in Kolumbarien und Friedwäldern, anonyme Bestattungen) einerseits, sowie steigendes Kostenbewusstsein der Verbraucher andererseits zurückzuführen. Zuletzt nahmen sie dagegen leicht zu. Der Präferenzverschiebung aufgrund nachlassender religiöser Prägung und steigender Mobilität kamen Reformen des Bestattungswesens, die zu höheren Umsätzen führten, entgegen.
- In Großstädten erhöhte sich die Anzahl der Sozialbestattungen in den vergangenen Jahren.
- Vor diesem Hintergrund ist der Ausblick trotz des zu erwartenden Anstieges der Sterbefälle ab 2030 eher verhalten.

### Wettbewerb

Insgesamt ist das Segment der persönlichen Dienstleistungen durch einen hohen Anteil von Kleinst- und Einzelunternehmen gekennzeichnet. Dies ist ein Reflex der geringen Markteintrittsbarrieren. Die Ablösung handwerklicher Betriebsformen durch Ketten hat bislang im Durchschnitt noch ein geringes Niveau, schreitet aber voran.

### Textilreiniger/Wäschereien

- Die Branche unterliegt einem intensiven Verdrängungswettbewerb, der von 2009 bis 2013 zu einem Marktaustritt von Unternehmen geführt hat.
- Das Umsatzwachstum von 6% im genannten Zeitraum wurde von einer um 14% gesunkenen Anzahl an Reinigungen und Wäschereien erzielt. Die Überkapazitäten in der Branche sind dadurch jedoch noch nicht beseitigt.
- Textilreinigungen unterliegen sehr stark lokalen Gegebenheiten, die zu einer abweichenden Unternehmenskonjunktur führen können. Grundsätzlich ist der Preis der wichtigste Wettbewerbsfaktor.

### Friseure

- Die Branche verzeichnet nach wie vor einige Neugründungen. Die Anzahl der Friseursalons mit mehr als 17.500 Euro Jahresumsatz nahm von 2009 bis 2013 moderat (+2%) zu, im selben Zeitraum erhöhte sich die Zahl der Kosmetiksalons um 11%.
- Unter Berücksichtigung statistisch teils nicht erfasster Mikrobetriebe, der Schattenwirtschaft, dürften in der Branche erhebliche Überkapazitäten vorliegen.
- Unter der Konkurrenz der Cut & Go-Salons und der Mikrobetriebe, die wegen der entfallenden Umsatzsteuerpflicht günsti-

gere Preise anbieten können, leidet besonders das mittelpreisige Marktsegment.

- Neben einem guten Standort als wichtigstem Wettbewerbsfaktor, kommt es für die Salons entscheidend darauf an, den Kunden Sonderleistungen zu verkaufen.

### Saunen, Bäder und Solarien

- Das Angebot wurde von 2009 bis 2013 stark ausgeweitet. Die Anzahl der Saunabetriebe nahm um 11% zu. Gleichwohl konnte der durchschnittliche Umsatz/Betrieb um knapp 18% gesteigert werden. Öffentliche Saunen stehen im Wettbewerb mit Saunen in Fitnessstudios, die über Mitgliedsbeiträge eine Vielzahl von Dienstleistungen rund um Sport und Fitness anbieten.
- Das steigende Angebot zieht für bestehende Saunabäder Investitionsnotwendigkeiten nach sich, da die Besucher bei gegebenem Preis eine ständig verbesserte Qualität erwarten.
- Als besondere Belastung wird in der Branche der Wegfall des Mehrwertsteuer-Privilegs empfunden. Seit 1.7.2015 wird auf Saunabesuche der volle Mehrwertsteuer-Satz fällig. Es wird erwartet, dass rund 650 kleine oder kleinere Saunabäder in Existenznot geraten, da die Steuererhöhung nicht über höhere Preise an die Kunden weitergegeben werden kann.

### Bestatter

- Die Anzahl der Bestattungsinstitute nahm von 2009 bis 2013 um knapp 3% ab.
- Der Wettbewerbsdruck in dieser Branche steigt kontinuierlich an.
- Dem zunehmenden Preisdruck kann nur durch eine Ausweitung der Serviceleistungen rund um den Sterbefall begegnet werden, da aus Pietätgründen keine offensiven Marketingstrategien möglich sind.

### Auflagen und Gesetze

- Branchenübergreifend gelten die Unfallverhütungsvorschriften der jeweiligen **Berufsgenossenschaft**.
- Alle handwerklichen Dienstleistungen, die bei ihrer Ausübung zulassungspflichtig sind, werden in der **Handwerksordnung (HWO)** benannt. Dazu gehören z.B. Friseure.
- **Umweltschutzvorschriften** gelten vor allem für Wäschereien und chemische Reinigungen. Hier sind das **Wasserhaushaltsgesetz (WHG)**, **Abfallgesetz**, **Chemikaliengesetz** und besonders das **Bundesimmissionsschutzgesetz (BImSchG)** zu nennen. Letzteres macht u.a. detaillierte Vorgaben hinsichtlich der Verflüchtigung von chemischen Substanzen bei Reinigungsverfahren. Dies löst besonders bei chemischen Reinigungen ständigen Investitionsbedarf aus. Zusätzlich gelten für Wäschereien umfassende **Hygienevorschriften** des Hotellerie, Gast- und Gesundheitsgewerbes.

- Für Solarien kommt zusätzlich zum Bundesimmissionsschutzgesetz mittlerweile auch das vierte Buch des **Umweltgesetzbuches** - Nichtionische Strahlung - zur Anwendung
- Das Friedhofs- und Bestattungswesen ist in Deutschland auf Länderebene geregelt. Gemeinsamkeiten sind der **Friedhofszwang** und teilweise auch der **Sargzwang**.

### Organisationen

- **Deutscher Sauna-Bund e.V.:** Fachverband, der Saunabetreibern und Saunabauern beratend zur Seite steht. Mitglieder sind vornehmlich Betreiber öffentlicher Sauna- und Freizeitanlagen sowie Hotels und Hersteller. [www.saunabund-ev.de](http://www.saunabund-ev.de)
- **DGfdb- Deutsche Gesellschaft für das Badewesen e.V.:** Fachverband der öffentlichen Bäder, deren Betreiber, Planer Hersteller und aller Institutionen und Verbände im Bereich des Badewesens. [www.baederportal.com](http://www.baederportal.com)
- **DTV-Deutscher Textilreinigungsverband:** Dachverband des Textilreinigungsgewerbes. [www.dtv-bonn.de](http://www.dtv-bonn.de)
- **Handwerkskammer.de:** Gesamtinitiative der deutschen Handwerkskammern mit Netzwerk von knapp einer Million Handwerkern in Deutschland. Verlinkungen zu den lokalen Handwerkskammern. [www.handwerkskammer.de](http://www.handwerkskammer.de)
- **VDB – Verband Deutscher Bestattungsunternehmen e.V.:** Vertretung von über 40 bundesweit tätigen Bestattungsunternehmen in Deutschland [www.vdb-berlin.org](http://www.vdb-berlin.org)
- **ZV – Zentralverband des deutschen Friseurhandwerks:** Interessenvertretung des Friseurhandwerks mit 15 Landesinnungsverbänden, die über 300 Friseurinnungen zusammenfassen. [www.friseur-zentralverband.de](http://www.friseur-zentralverband.de)

### Unternehmen

#### Abnehmer

- Mit Ausnahme von Wäschereien, die einen steigenden Anteil von gewerblichen Kunden haben, fragen private Verbraucher die Dienstleistungen der untersuchten Branchen nach.
- Verbraucher suchen zunehmend Informationen über das Internet. Dies gilt vor allem für Dienstleistungen mit längeren Verträgen (z.B. Fitnesszentren) oder Dienstleistungen, die dringend und wohnortnah benötigt werden (Bestatter). Ein

ansprechend gestalteter Internetauftritt kann zum zentralen Faktor für die Kundenwahrnehmung werden.

- Der Anteil der Ausgaben für private Dienstleistungen am privaten Verbrauch ermäßigte sich von 2005 bis 2012 leicht um einen Prozentpunkt, zu Gunsten gestiegener Ausgaben für Mieten und Energie.

#### Kosten

- Die Kostenstrukturen der einzelnen Dienstleistungssparten differieren sehr stark.
- Der **Personalaufwand** ist am bedeutendsten bei Friseuren und Wäschereien/chemischen Reinigungen. Eine Stückkostendegression dürfte nur bei Cut and Go-Salons möglich sein, wobei Qualitätseinbußen wahrscheinlich sind. Bei Textilreinigern sind Einsparmöglichkeiten durch moderne Reinigungsverfahren weitgehend ausgeschöpft. Durch die Eröffnung weiterer Annahmestellen ist eine bessere Auslastung der Kapazitäten möglich.
- Höhere Personalkosten durch den ab 1. Januar 2015 geltenden Mindestlohn können häufig nicht über den Preis an den Kunden weitergegeben werden. Im unteren und mittleren Marktsegment wird der Kostendruck daher (weiter) ansteigen.

#### Ertragslage

- Die Ertragslage der überwiegend kleinen- und Kleinstunternehmen ist prekär. Zwar werden im Vergleich zum Branchendurchschnitt der persönlichen Dienstleister höhere Bruttoergebnismargen erwirtschaftet, hierin sind jedoch keine Geschäftsführergehälter enthalten. Das Einkommen des Inhabers ergibt sich als Residualgröße.
- Die erwirtschafteten Überschüsse reichen vielfach nicht aus, neben einer Abdeckung der Lebenshaltungskosten des Inhabers in ausreichendem Maße in das Unternehmen zu reinvestieren.
- Dies dürfte besonders für Friseure gelten, die unter besonders ausgeprägtem Preisdruck stehen.

**Ertragslage persönlicher Dienstleister: Die verfügbaren Einkommen lassen vielfach Investitionen nicht mehr zu**

	Sauna, Solarien, Bäder		Friseure		Bestatter		Wäschereien	
	Durch- schnitt	Umsatz <100T€ p.a.	Durch- schnitt	Umsatz <100T€ p.a.	Durch- schnitt	Umsatz <100T€ p.a.	Durch- schnitt	Umsatz <100T€ p.a.
Personalaufwand	27,9%	16,7%	38,8%	26,6%	26,6%	10,5%	39,7%	19,0%
Schaufwand	51,2%	52,8%	33,7%	35,8%	35,8%	51,9%	38,4%	51,3%
davon bez. Waren	2,1%	2,2%	4,0%	3,7%	3,7%	15,8%	5,1%	9,7%
davon RHB	2,5%	3,2%	9,8%	10,6%	7,7%	9,9%	13,8%	10,4%
davon Mieten	21,7%	27,7%	10,0%	10,7%	6,3%	8,0%	6,0%	13,6%
davon sonst betr. Aufwand	24,8%	19,7%	9,9%	10,8%	16,6%	18,2%	13,5%	17,7%
<b>Bruttobetriebsergebnis</b>	<b>20,9%</b>	<b>30,5%</b>	<b>27,4%</b>	<b>37,6%</b>	<b>29,9%</b>	<b>37,5%</b>	<b>21,9%</b>	<b>29,7%</b>
Unternehmen mit Jahresumsatz <100 T€								
Anteil an der Gesamtzahl der Unternehmen (%)		22%		71%		17%		41%
Umsatz (T€)	408	99	100	99	359	99	530	99
Personalaufwand (T€)	114	17	w.n.	26	94	10	211	19
Schaufwand (T€)	209	52	w.n.	35	158	51	204	51
Bruttobetriebsergebnis (T€)	85	30	w.n.	37	107	37	116	29
abzgl. Sozialversicherung (20%)	17	6	w.n.	7	21	7	23	6
abzgl. ESt, Soli, KiSt gem Grundtabelle	22,6	2,1	w.n.	9,1	40,9	8,9	45,4	6,1
Verfügbares Einkommen p.a.								
<b>Vor Re-Investitionen</b>	<b>46</b>	<b>22</b>	<b>w.n.</b>	<b>21</b>	<b>45</b>	<b>21</b>	<b>47</b>	<b>17</b>

Quelle: Destatis 2012, w.n. – bei Friseuren entspricht der Durchschnitt ungefähr dem Jahresumsatz von 100 T€, eine separate Betrachtung erübrigt sich daher. Für die Ermittlung des jeweiligen verfügbaren Einkommens wird die durchschnittliche Aufwandsstruktur der entsprechenden Umsatzgrößenklasse zugrundegelegt.

Die Mehrzahl der persönlichen Dienstleister steht bereits unter hohem Wettbewerbs- und Preisdruck. Zur Sicherung der Lebensgrundlage des Inhabers und Aufrechterhaltung der Investitionsfähigkeit sind Jahresumsätze in der Größenordnung der oben genannten Durchschnittsumsätze erforderlich, die jedoch vielfach nicht erreicht werden. In besonderem Maße gilt dies für Friseure.

## Industries Research

Für die Erstellung dieser Ausarbeitung ist die Abteilung Industries Research im Bereich Risk Management der Commerzbank AG, Frankfurt am Main, verantwortlich.

Die Verfasser dieses Dokuments bestätigen, dass die in diesem Dokument geäußerten Einschätzungen ihre eigenen Einschätzungen genau wiedergeben und kein Zusammenhang zwischen ihrer Dotierung – weder direkt noch indirekt noch teilweise – und den jeweiligen, in diesem Dokument enthaltenen Empfehlungen oder Einschätzungen bestand, besteht oder bestehen wird. Der (bzw. die) in dieser Ausarbeitung genannte(n) Analysten(s) sind nicht bei der FINRA als Research-Analysten registriert/qualifiziert und unterliegen nicht der NASD Rule 2711.

Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken und berücksichtigt nicht die besonderen Umstände des Empfängers. Es stellt keine Anlageberatung dar. Die Inhalte dieses Dokuments sind nicht als Angebot oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder irgendeiner anderen Handlung beabsichtigt und dienen nicht als Grundlage oder Teil eines Vertrages. Anleger sollten sich unabhängig und professionell beraten lassen und ihre eigenen Schlüsse im Hinblick auf die Eignung der Transaktion einschließlich ihrer wirtschaftlichen Vorteilhaftigkeit und Risiken sowie ihrer Auswirkungen auf rechtliche und regulatorische Aspekte sowie Bonität, Rechnungslegung und steuerliche Aspekte ziehen.

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen sind öffentliche Daten und stammen aus Quellen, die von der Commerzbank als zuverlässig und korrekt erachtet werden. Die Commerzbank übernimmt keine Garantie oder Gewährleistung im Hinblick auf Richtigkeit, Genauigkeit, Vollständigkeit oder Eignung für einen bestimmten Zweck. Die Commerzbank hat keine unabhängige Überprüfung oder Due Diligence öffentlich verfügbarer Informationen im Hinblick auf einen unverbindlichen Referenzwert oder -index durchgeführt. Alle Meinungsaussagen oder Einschätzungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers bzw. der Verfasser zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wieder und können sich ohne vorherige Ankündigung ändern. Die hierin zum Ausdruck gebrachten Meinungen spiegeln nicht zwangsläufig die Meinungen der Commerzbank wider. Die Commerzbank ist nicht dazu verpflichtet, dieses Dokument zu aktualisieren, abzuändern oder zu ergänzen oder deren Empfänger auf andere Weise zu informieren, wenn sich ein in diesem Dokument genannter Umstand oder eine darin enthaltene Stellungnahme, Schätzung oder Prognose ändert oder unzutreffend wird.

Diese Ausarbeitung kann Handelsideen enthalten, im Rahmen derer die Commerzbank mit Kunden oder anderen Geschäftspartnern in solchen Finanzinstrumenten handeln darf. Die hier genannten Kurse (mit Ausnahme der als historisch gekennzeichneten) sind nur Indikationen und stellen keine festen Notierungen in Bezug auf Volumen oder Kurs dar. Die in der Vergangenheit gezeigte Kursentwicklung von Finanzinstrumenten erlaubt keine verlässliche Aussage über deren zukünftigen Verlauf. Eine Gewähr für den zukünftigen Kurs, Wert oder Ertrag eines in diesem Dokument genannten Finanzinstruments oder dessen Emittenten kann daher nicht übernommen werden. Es besteht die Möglichkeit, dass Prognosen oder Kursziele für die in diesem Dokument genannten Unternehmen bzw. Wertpapiere aufgrund verschiedener Risikofaktoren nicht erreicht werden. Hierzu zählen in unbegrenztem Maße Marktvolatilität, Branchenvolatilität, Unternehmensentscheidungen, Nichtverfügbarkeit vollständiger und akkurate Informationen und/oder die Tatsache, dass sich die von der Commerzbank oder anderen Quellen getroffenen und diesem Dokument zugrunde liegenden Annahmen als nicht zutreffend erweisen.

Die Commerzbank und/oder ihre verbundenen Unternehmen dürfen als Market Maker in den(m) Instrumenten oder den entsprechenden Derivaten handeln, die in unseren Research-Studien genannt sind. Mitarbeiter der Commerzbank oder ihrer verbundenen Unternehmen dürfen unseren Kunden und Geschäftseinheiten gegenüber mündlich oder schriftlich Kommentare abgeben, die von den in dieser Studie geäußerten Meinungen abweichen. Die Commerzbank darf Investmentbanking-Dienstleistungen für in dieser Studie genannte Emittenten ausführen oder anbieten.

Weder die Commerzbank noch ihre Geschäftsleitungsorgane, leitenden Angestellten oder Mitarbeiter übernehmen die Haftung für Schäden, die ggf. aus der Verwendung dieses Dokuments, seines Inhalts oder in sonstiger Weise entstehen.

Die Aufnahme von Hyperlinks zu den Websites von Organisationen, die in diesem Dokument erwähnt werden, impliziert keineswegs eine Zustimmung, Empfehlung oder Billigung der Informationen der Websites bzw. der von dort aus zugänglichen Informationen durch die Commerzbank. Die Commerzbank übernimmt keine Verantwortung für den Inhalt dieser Websites oder von dort aus zugängliche Informationen oder für eventuelle Folgen aus der Verwendung dieser Inhalte oder Informationen.

Dieses Dokument ist nur zur Verwendung durch den Empfänger bestimmt. Es darf weder in Auszügen noch als Ganzes ohne vorherige schriftliche Genehmigung der Commerzbank auf irgendeine Weise verändert, vervielfältigt, verbreitet, veröffentlicht oder an andere Personen weitergegeben werden. Die Art und Weise, wie dieses Produkt vertrieben wird, kann in bestimmten Ländern, einschließlich der USA, weiteren gesetzlichen Beschränkungen unterliegen. Personen, in deren Besitz dieses Dokument gelangt, sind verpflichtet, sich diesbezüglich zu informieren und solche Einschränkungen zu beachten. Mit Annahme dieses Dokuments stimmt der Empfänger der Verbindlichkeit der vorstehenden Bestimmungen zu.

Zusätzliche Informationen für Kunden in folgenden Ländern:

**Deutschland:** Die Commerzbank AG ist im Handelsregister beim Amtsgericht Frankfurt unter der Nummer HRB 32000 eingetragen. Die Commerzbank AG unterliegt der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Graurheindorfer Strasse 108, 53117 Bonn, Marie-Curie-Strasse 24-28, 60439 Frankfurt am Main und der Europäischen Zentralbank, Sonnemannstrasse 20, 60314 Frankfurt am Main, Deutschland.

**Großbritannien:** Dieses Dokument wurde von der Commerzbank AG, Filiale London, herausgegeben oder für eine Herausgabe in Großbritannien genehmigt. Die Commerzbank AG, Filiale London, ist von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und von der Europäischen Zentralbank amtlich zugelassen und unterliegt nur in beschränktem Umfang der Regulierung durch die Financial Conduct Authority und Prudential Regulation Authority. Einzelheiten über den Umfang der Genehmigung und der Regulierung durch die Financial Conduct Authority und Prudential Regulation Authority erhalten Sie auf Anfrage. Diese Ausarbeitung richtet sich ausschließlich an „Eligible Counterparties“ und „Professional Clients“. Sie richtet sich nicht an „Retail Clients“. Ausschließlich „Eligible Counterparties“ und „Professional Clients“ ist es gestattet, die Informationen in dieser Ausarbeitung zu lesen oder sich auf diese zu beziehen. Commerzbank AG, Filiale London bietet nicht Handel, Beratung oder andere Anlagedienstleistungen für „Retail Clients“ an.

**USA:** Die Commerz Markets LLC, („Commerz Markets“), hat die Verantwortung für die Verteilung dieses Dokuments in den USA unter Einhaltung der gültigen Bestimmungen übernommen. Wertpapiertransaktionen durch US-Bürger müssen über die Commerz Markets, Swaptransaktionen über die Commerzbank AG abgewickelt werden. Nach geltendem US-amerikanischen Recht können Informationen, die Commerz Markets-Kunden betreffen, an andere Unternehmen innerhalb des Commerzbank-Konzerns weitergegeben werden. Sofern dieses Dokument zur Verteilung in den USA freigegeben wurde, ist es ausschließlich nur an „US Institutional Investors“ und „Major Institutional Investors“ gerichtet, wie in Rule 15a-6 unter dem Securities Exchange Act von 1934 beschrieben. Commerz Markets ist Mitglied der FINRA und SIPC. Die Commerzbank AG ist bei der CFTC vorläufig als Swapänder registriert.

**Canada:** Die Inhalte dieses Dokuments sind nicht als Prospekt, Anzeige, öffentliche Emis-sion oder Angebot bzw. Aufforderung zum Kauf oder Verkauf der beschriebenen Wertpapiere in Kanada oder einer kanadischen Provinz bzw. einem kanadischen Territorium be-absichtigt. Angebote oder Verkäufe der beschriebenen Wertpapiere erfolgen in Kanada ausschließlich im Rahmen einer Ausnahme von der Prospektflicht und nur über einen nach den geltenden Wertpapiergesetzen ordnungsgemäß registrierten Händler oder alternativ im Rahmen einer Ausnahme von der Registrierungspflicht für Händler in der kanadi-schen Provinz bzw. dem kanadischen Territorium, in dem das Angebot abgegeben bzw. der Verkauf durchgeführt wird. Die Inhalte dieses Dokuments sind keinesfalls als Anlage-beratung in einer kanadischen Provinz bzw. einem kanadischen Territorium zu betrachten und nicht auf die Bedürfnisse des Empfängers zugeschnitten. In Kanada sind die Inhalte dieses Dokuments ausschließlich für Permitted Clients (gemäß National Instrument 31-103) bestimmt, mit denen Commerz Markets LLC im Rahmen der Ausnahmen für internationale Händler Geschäfte treibt. Soweit die Inhalte dieses Dokuments sich auf Wertpapiere eines Emittenten beziehen, der nach den Gesetzen Kanadas oder einer kanadischen Provinz bzw. eines kanadischen Territoriums gegründet wurde, dürfen Geschäfte in solchen Wertpapie-ren nicht durch Commerz Markets LLC getätigt werden. Keine Wertpapieraufsicht oder ähnliche Aufsichtsbehörde in Kanada hat dieses Material, die Inhalte dieses Dokuments oder die beschriebenen Wertpapiere geprüft oder genehmigt; gegenteilige Behauptungen zu erheben, ist strafbar.

**Europäischer Wirtschaftsraum:** Soweit das vorliegende Dokument durch eine außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes ansässige Rechtsperson erstellt wurde, erfolgte eine Neuauflage für die Verbreitung im Europäischen Wirtschaftsraum durch die Commerzbank AG, Filiale London.

**Singapur:** Dieses Dokument wird in Singapur von der Commerzbank AG, Filiale Singapur, zur Verfügung gestellt. Es darf dort nur von institutionellen Investoren laut Definition in Section 4A des Securities and Futures Act, Chapter 289, von Singapur („SFA“) gemäß Section 274 des SFA entgegengenommen werden.

**Hongkong:** Dieses Dokument wird in Hongkong von der Commerzbank AG, Filiale Hongkong, zur Verfügung gestellt und darf dort nur von „professionellen Anlegern“ im Sinne von Schedule 1 der Securities and Futures Ordinance (Cap.571) von Hongkong und etwaigen hierin getroffenen Regelungen entgegengenommen werden.

**Japan:** Commerzbank AG, Tokyo Branch ist für die Verteilung von Research verantwortlich. Die Commerzbank AG, Tokyo Branch unterliegt der Aufsicht der japanischen Financial Services Agency (FSA).

**Australien:** Die Commerzbank AG hat keine australische Lizenz für Finanzdienstleistungen. Dieses Dokument wird in Australien an Großkunden unter einer Ausnahmeregelung zur australischen Finanzdienstleistungslizenz von der Commerzbank gemäß Class Order 04/1313 verteilt. Die Commerzbank AG wird durch die BaFin nach deutschem Recht geregelt, das vom australischen Recht abweicht.

Commerzbank AG  
Group Risk Control & Resources Management – Industries Research  
60261 Frankfurt am Main

Leitung Industries Research: Dr. Carola Hunger-Siegler  
Petra Wilde (069) 136-22447  
(069) 136-22738

E-Mail: [branchenanalyse@commerzbank.com](mailto:branchenanalyse@commerzbank.com)  
[www.commerzbank.de/branchen](http://www.commerzbank.de/branchen)

Dieser Bericht wurde im Februar 2016 abgeschlossen