



Deutscher  
Ladenbau Verband

# Umfrage zur aktuellen Lage im Ladenbau **Juli 2025**

Umfragezeitraum:  
01. Juli bis 16. Juli 2025



# VORWORT

Der dLv erhebt regelmäßig unter seinen Mitgliedern aktuelle Umfragen.

Diese beschäftigen sich einerseits mit konkreten Fragen, die saison- oder situationsbedingt entstehen wie die der Materialknappheit oder der Belastung durch hohe Energie- und Materialpreise, andererseits auch mit Zukunftsaussichten und Einschätzungen der Trends, die uns künftig erwarten.

Bei unserer dritten Umfrage in 2025 haben sich insgesamt 31 Ladenbauunternehmen und 23 Zulieferunternehmen beteiligt.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Teilnehmern. **Bitte nehmen Sie regelmäßig an den Umfragen teil. Sie möchten einen guten Überblick über die Branche gewinnen. Das gelingt nur, wenn sich möglichst alle Mitgliedsunternehmen beteiligen.**

Die Umfrage erheben wir getrennt unter Ladenbauern und Zulieferfirmen. Die Anforderungen und Aufgaben unterscheiden sich ebenso wie die Kundengruppen.

Ihr Deutscher Ladenbau Verband (dLv)

# AGENDA

---

- Frage 1: Rückblick Quartal 2 | 2025
- Frage 2: Erwartete Produktionsauslastung
- Frage 3: Erwartete Büroauslastung
- Frage 4: Aussichten 2025 gesamt
- Frage 5: Investitionsneigung der Kunden
- Frage 6: Relevanz von Nachwuchsförderung
- Frage 7: Handlungsbedarf
- Frage 8: Chancen im Verband
- Frage 9: Zielgruppen
- Frage 10: Engagementbereitschaft

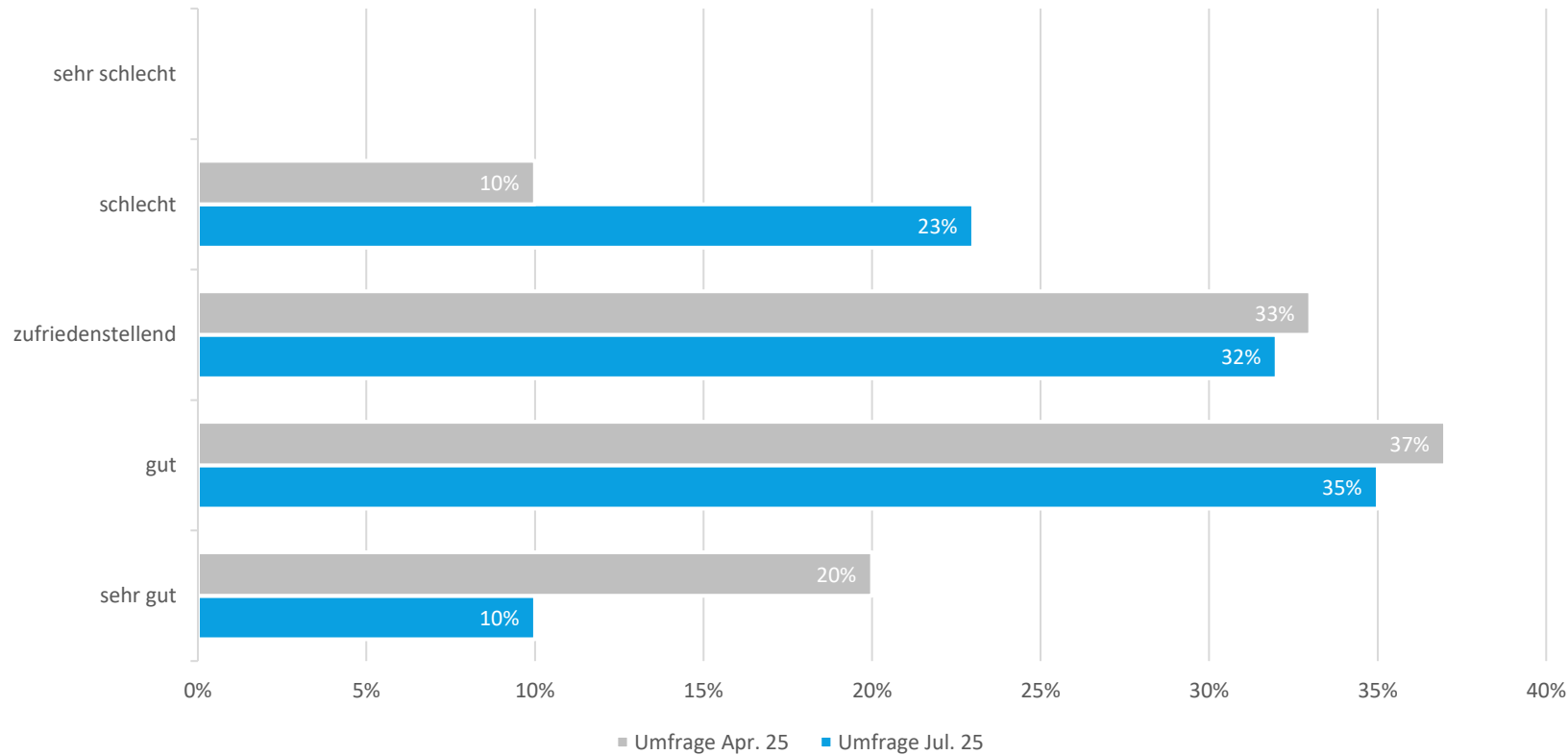
# LADENBAUUNTERNEHMEN

---

Hinweis: Der Vergleich bezieht sich auf den Rückblick auf das vergangene Quartal der jeweiligen Befragung.

# Frage 1: Rückblick Quartal 2 | 2025

Wie verlief das zweite Quartal 2025 für Ihr Geschäft?

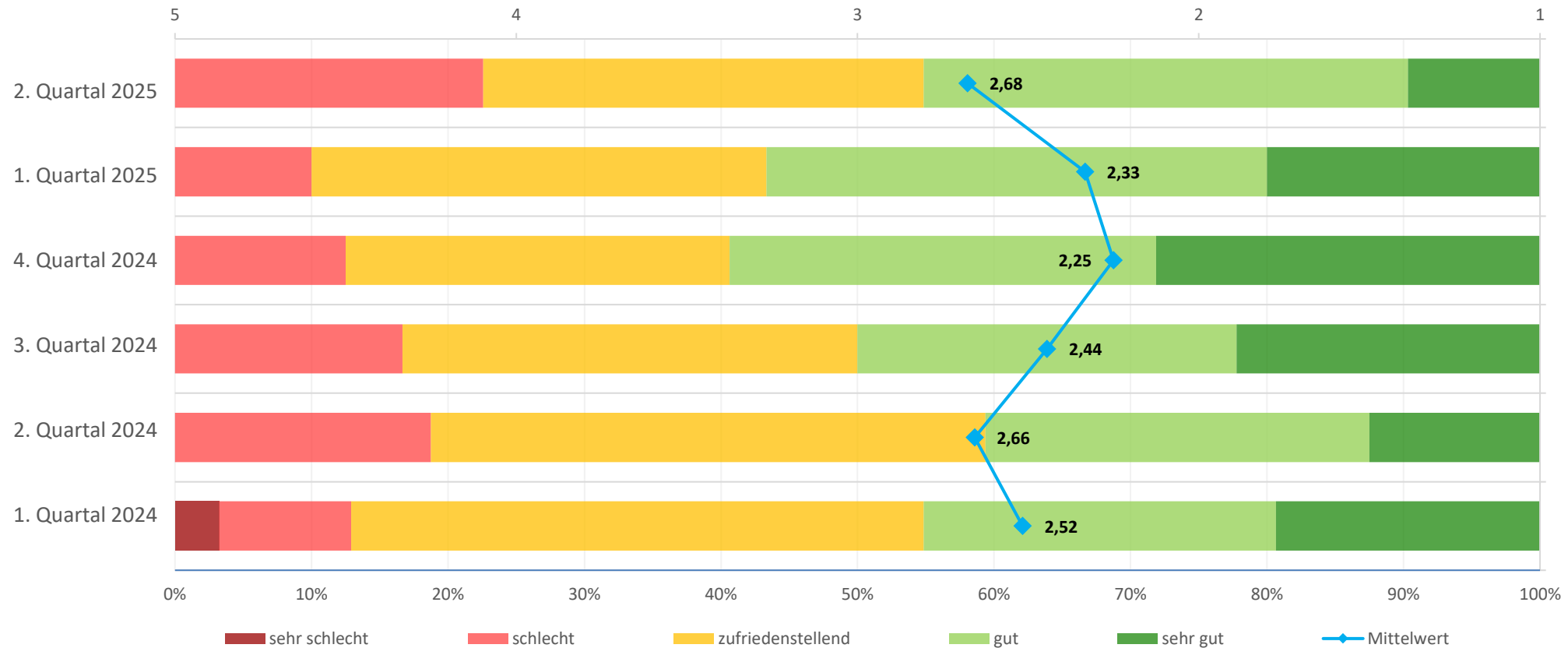


**45 %**

geben an, dass das vergangene Quartal geschäftlich mindestens gut verlief.

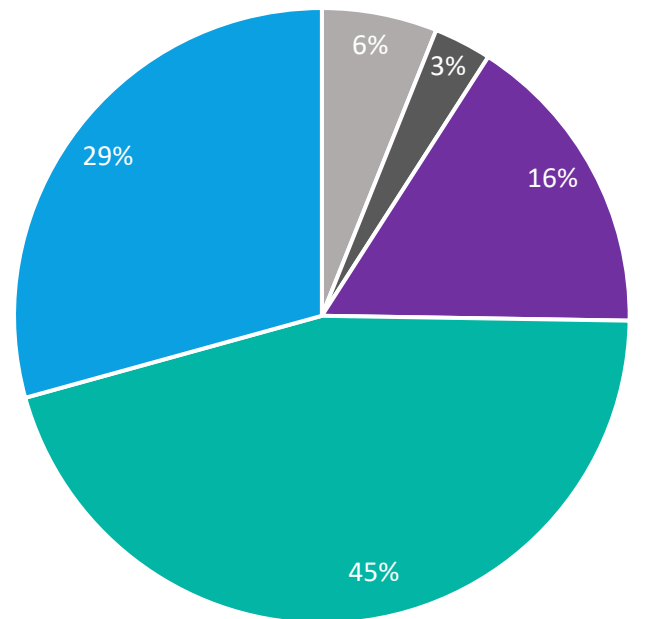
# Frage 1: Quartalsrückblick im Vergleich

Wie verlief das letzte Quartal für Ihr Geschäft?



## Frage 2: Erwartete Produktionsauslastung

Wie ist die Auslastung in der Produktion für die nächsten drei Monate?



■ Betrifft mich nicht ■ unter 40% ■ zwischen 40 und 60% ■ zwischen 60 und 90% ■ voll (90 bis 100%)

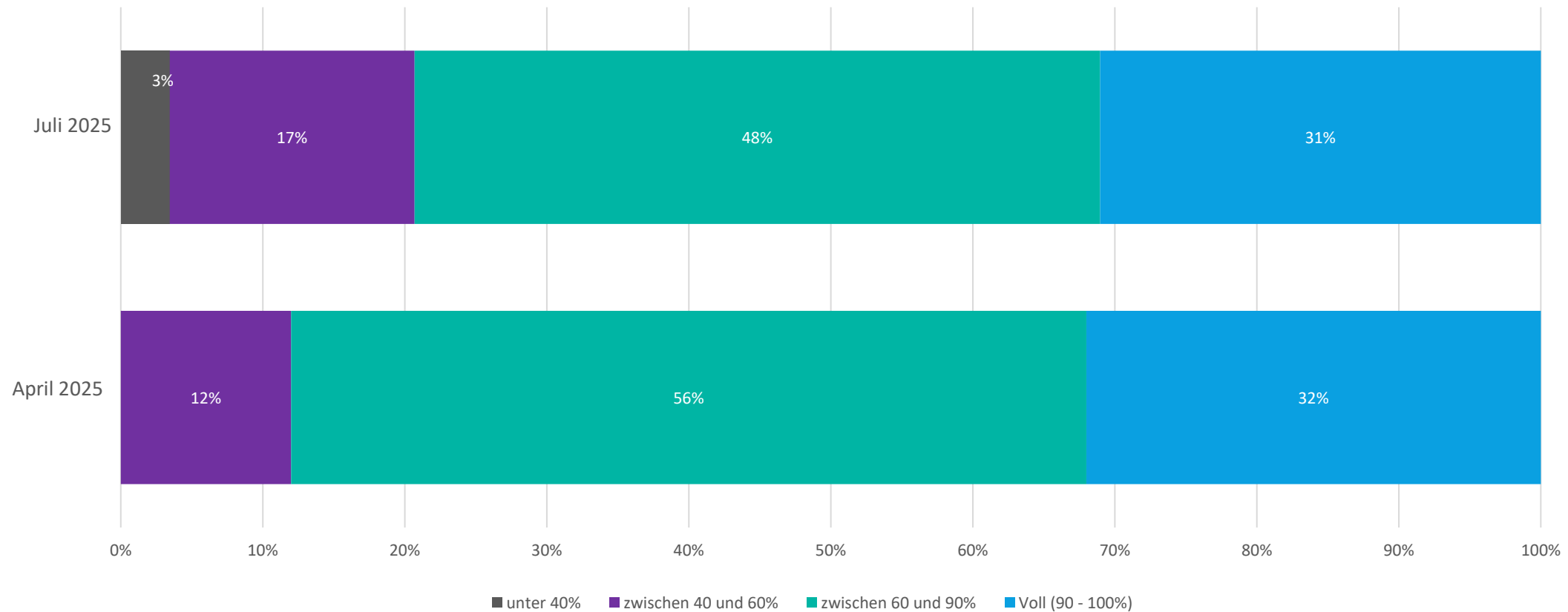
# 29 %

geben an, dass ihre Auslastung 100 Prozent beträgt.

6 Prozent der Befragten machen keine Angaben zur Auslastung in der Produktion. Grund dafür kann sein, dass diese Unternehmen keine Produktion haben.

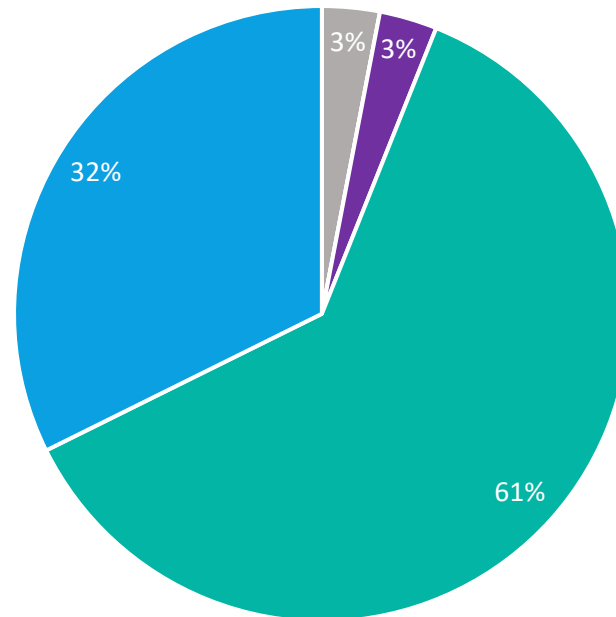
## Frage 2: Erwartete Produktionsauslastung im Vergleich

Wie ist die Auslastung in der Produktion für die nächsten drei Monate?



## Frage 3: Erwartete Büroauslastung

Wie ist die Auslastung in Planung/Büro für die nächsten drei Monate?



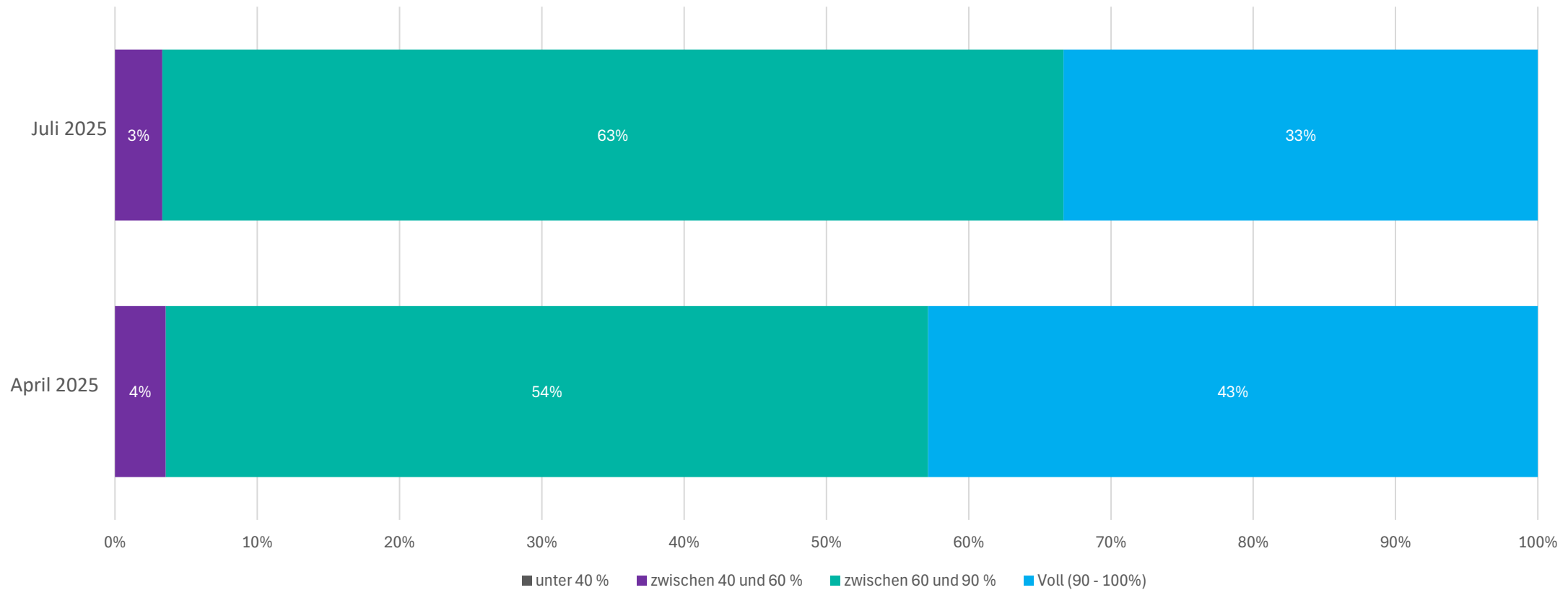
■ Betrifft mich nicht ■ unter 40% ■ zwischen 40 und 60% ■ zwischen 60 und 90% ■ voll (90 bis 100%)

**32 %**

geben an, dass ihre Auslastung 90 - 100 Prozent beträgt. Das ist ein Minus von 18% gegenüber dem vorherigen Quartal.

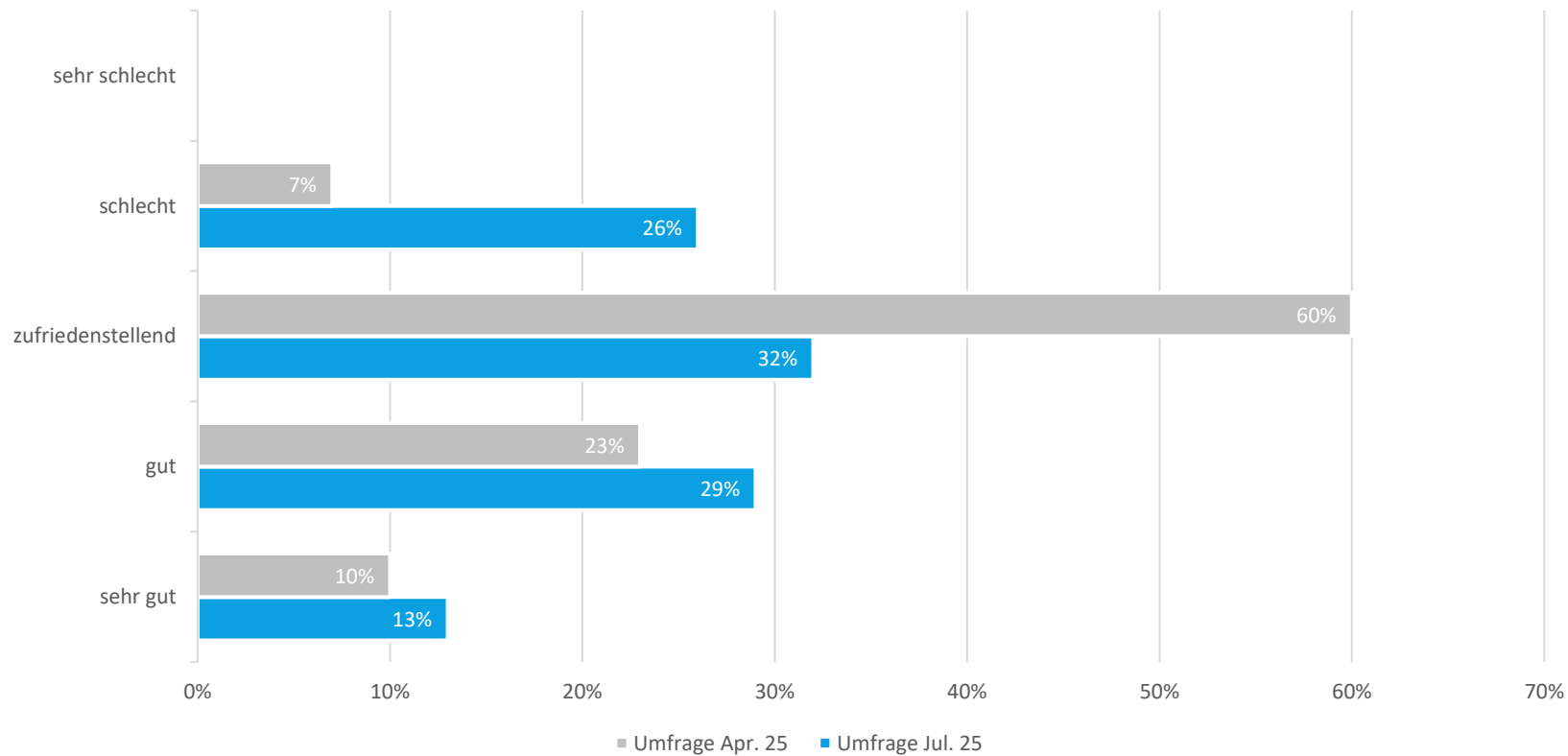
## Frage 3: Erwartete Büroauslastung im Vergleich

Wie ist die Auslastung in Planung/Büro für die nächsten drei Monate?



## Frage 4: Aussichten 2025

Wie sehen Sie die Aussichten für das gesamte Jahr 2025 für Ihr Geschäft?

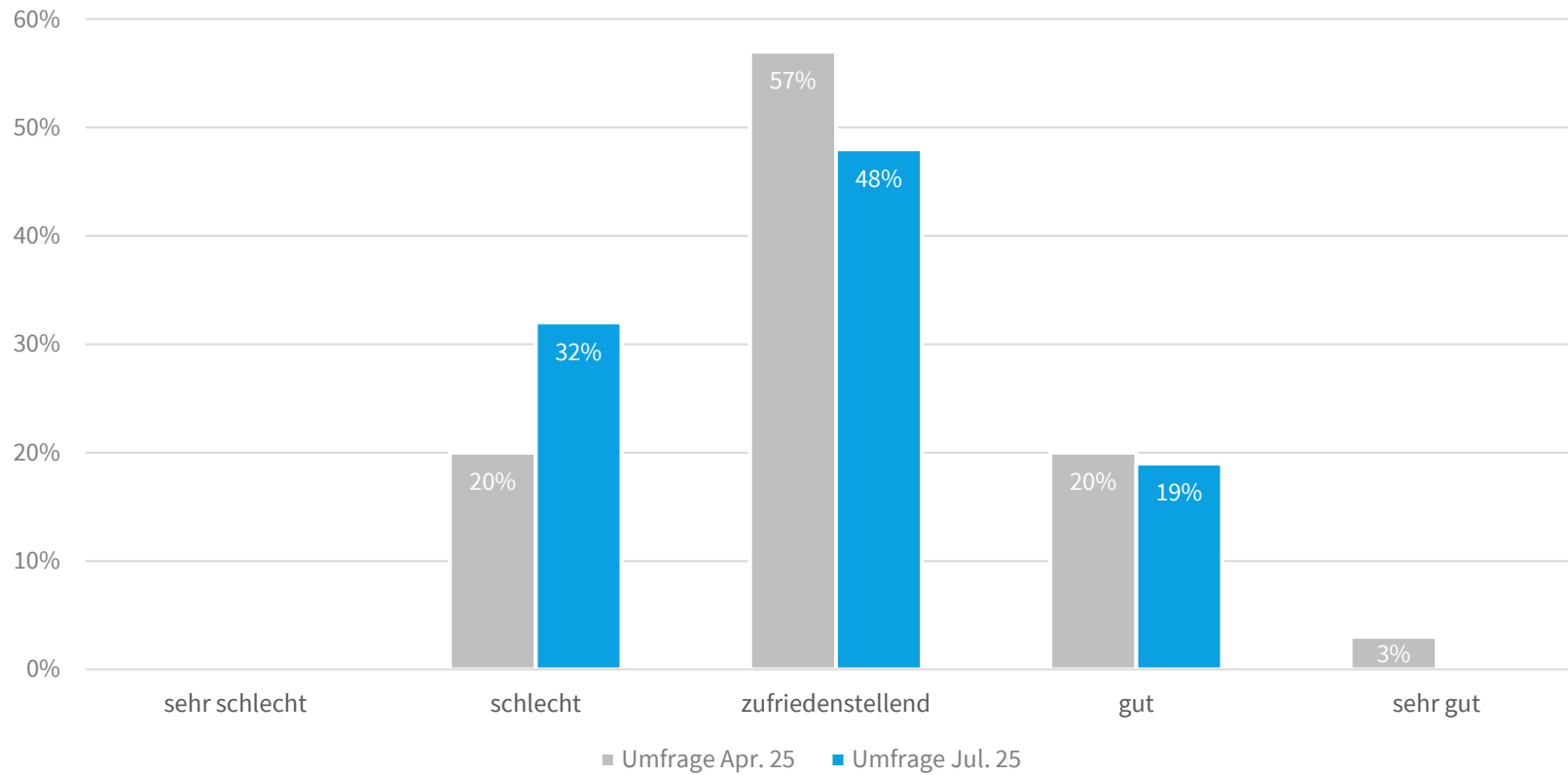


**74 %**

Dreiviertel geben an, dass die Aussichten für das gesamte Jahr 2025 als mindestens zufriedenstellend bewertet werden.

## Frage 5: Investitionsneigung der Kunden

Investitionsneigung Ihrer Kunden: Wie beurteilen Sie diese?



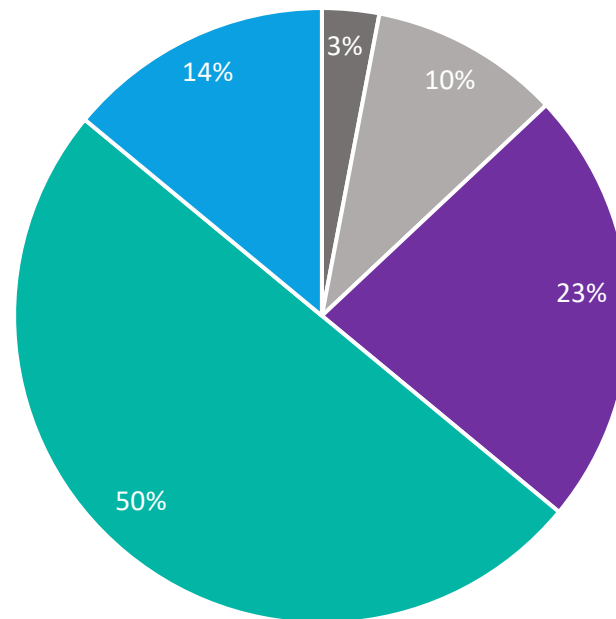
**48 %**

geben an, dass sie eine zufriedenstellende Investitionsneigung Ihrer Kunden spüren.

Das ist eine Verschlechterung in Höhe von 9 % im Vergleich zum letzten Quartal.

## Frage 6: Relevanz von Nachwuchsförderung

Die Nachwuchsförderung ist für unser Unternehmen ...



■ überhaupt nicht ■ wenig relevant ■ teils relevant ■ eher relevant ■ sehr relevant

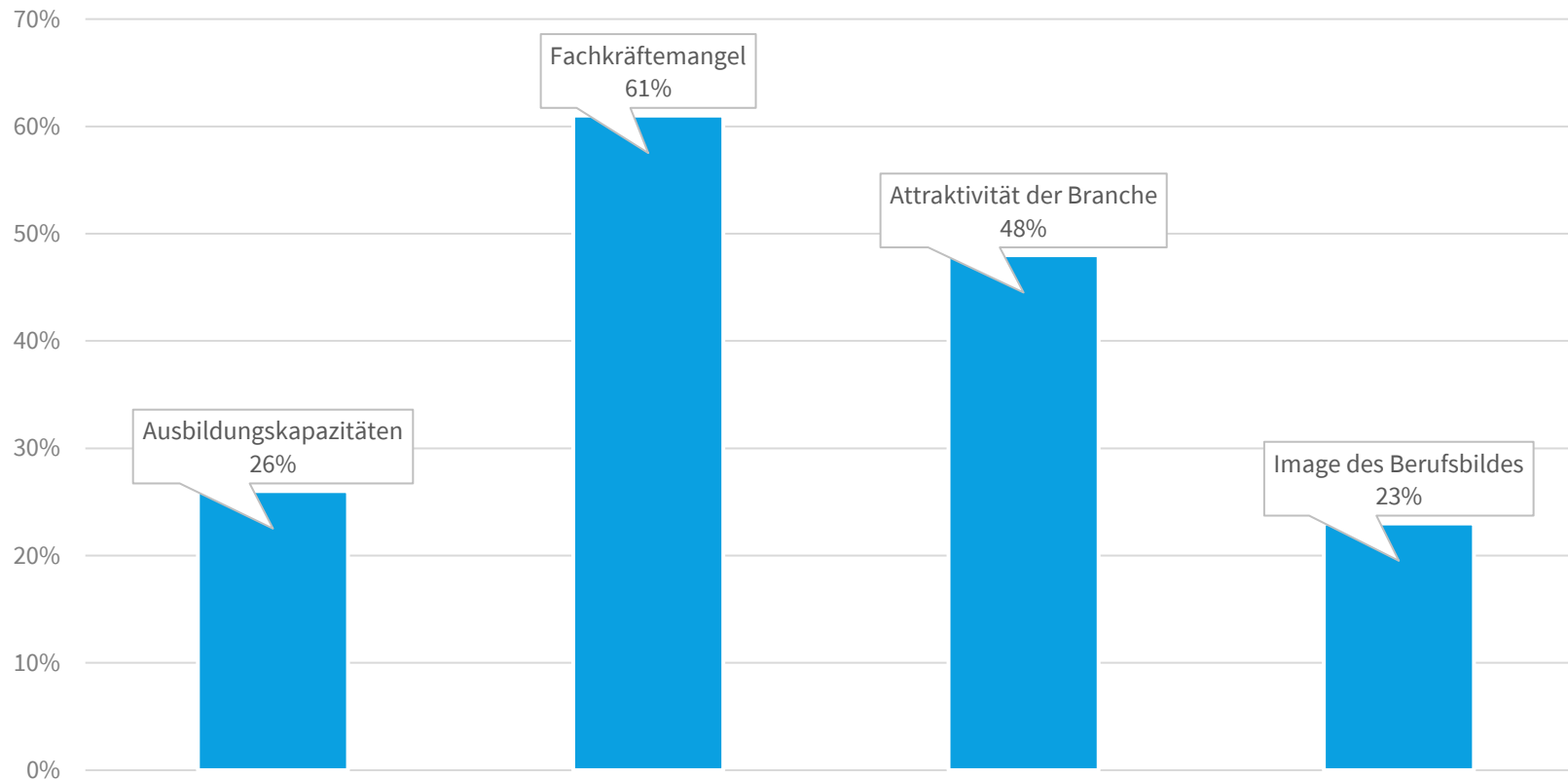
**50 %**

halten Nachwuchsförderung für eher relevant.

3 % empfinden Nachwuchsförderung als irrelevant.

## Frage 7: Handlungsbedarf

Wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf?



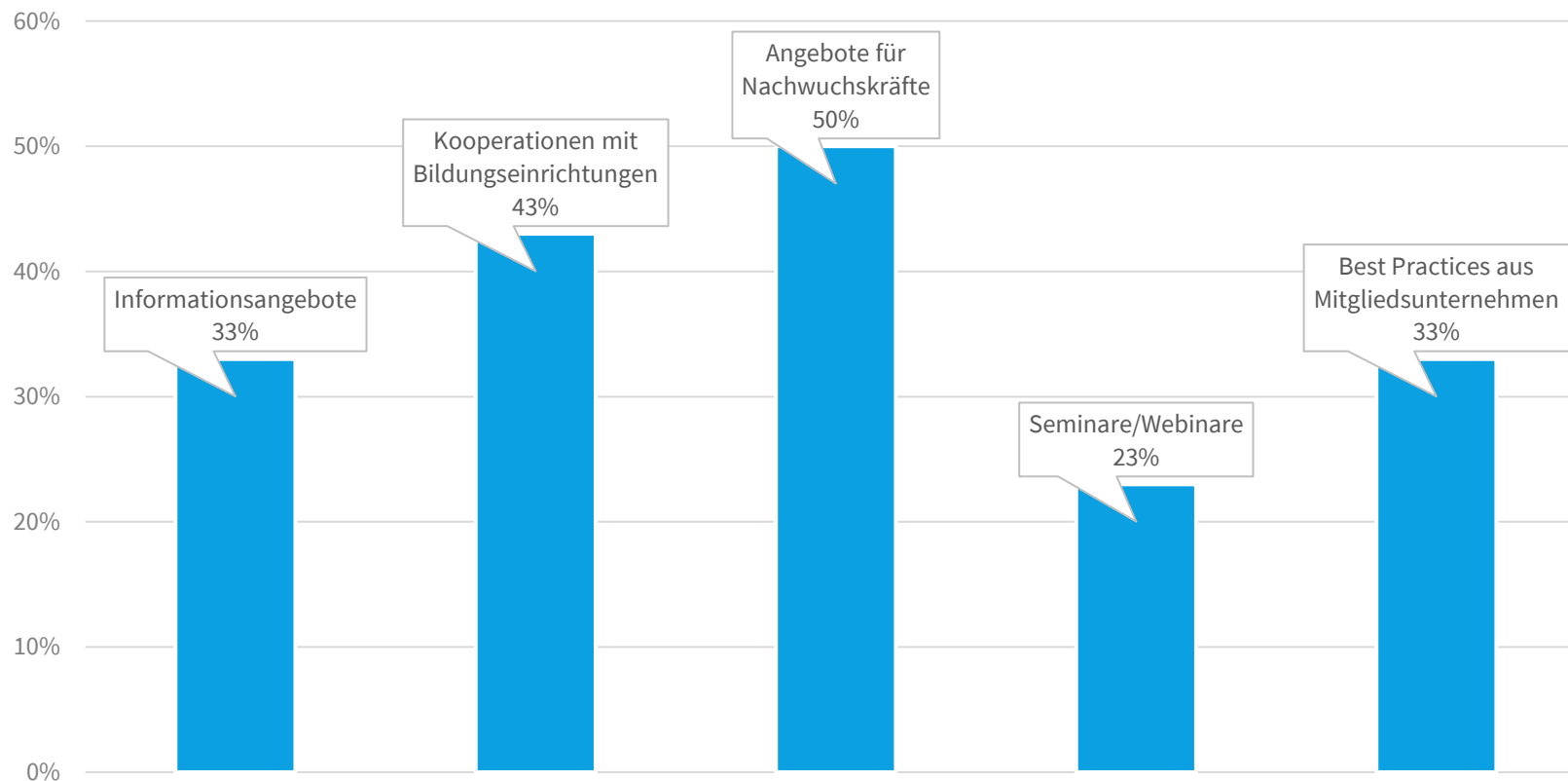
**61 %**

sehen den Fachkräftemangel als Handlungsbedarf an.

Unter „Sonstige“ wurden unter anderem die Punkte „Mehr Effizienz durch Integration von KI in die Geschäftsprozesse“ und „Unternehmensnachfolge“ genannt

## Frage 8: Chancen im Verband

Wo sehen Sie die Chancen, das Thema Nachwuchsförderung in den Verband strategisch aufzunehmen?



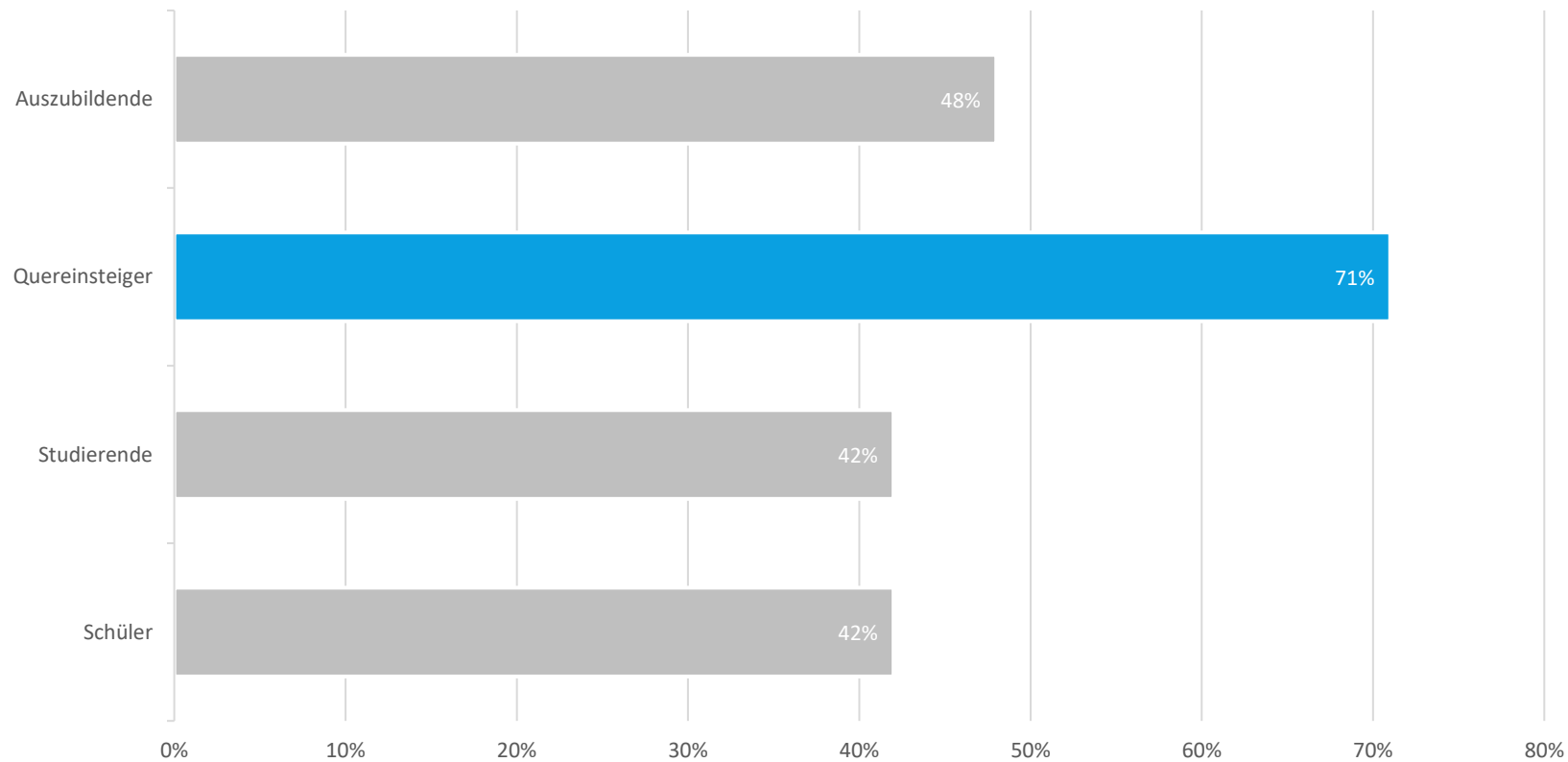
**50 %**

sehen Angebote für Nachwuchskräfte als größte Chance.

Hinweis: Bei dieser Frage war eine Mehrfachantwort möglich. Ein Proband hat diese Frage übersprungen.

## Frage 9: Zielgruppen

Welche Zielgruppen möchten Sie primär fördern?



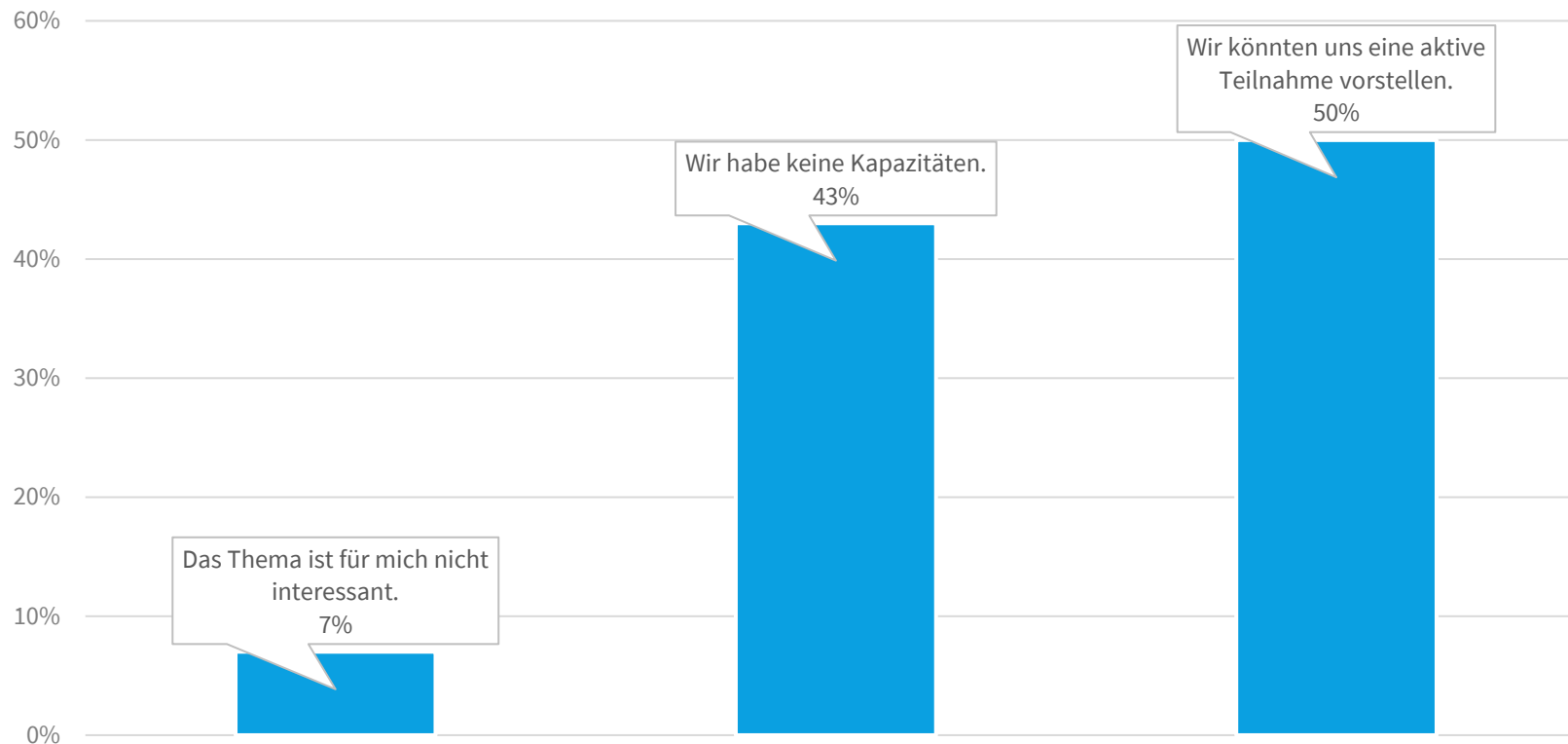
71 %

empfinden Quereinsteiger als primäre Zielgruppe

Unter „Sonstige“ wurden unter anderem die Zielgruppen „Fachkräfte“ und „Wiedereinsteiger“ genannt

## Frage 10: Engagementbereitschaft

Inwieweit wäre Ihr Unternehmen bereit, sich aktiv an Maßnahmen zur Nachwuchsförderung im Verband zu beteiligen?



**50 %**

können sich eine aktive Teilnahme bspw. an Arbeitsgruppen, Bereitstellung von Best Practices oder Mitwirkung an Veranstaltungen vorstellen.

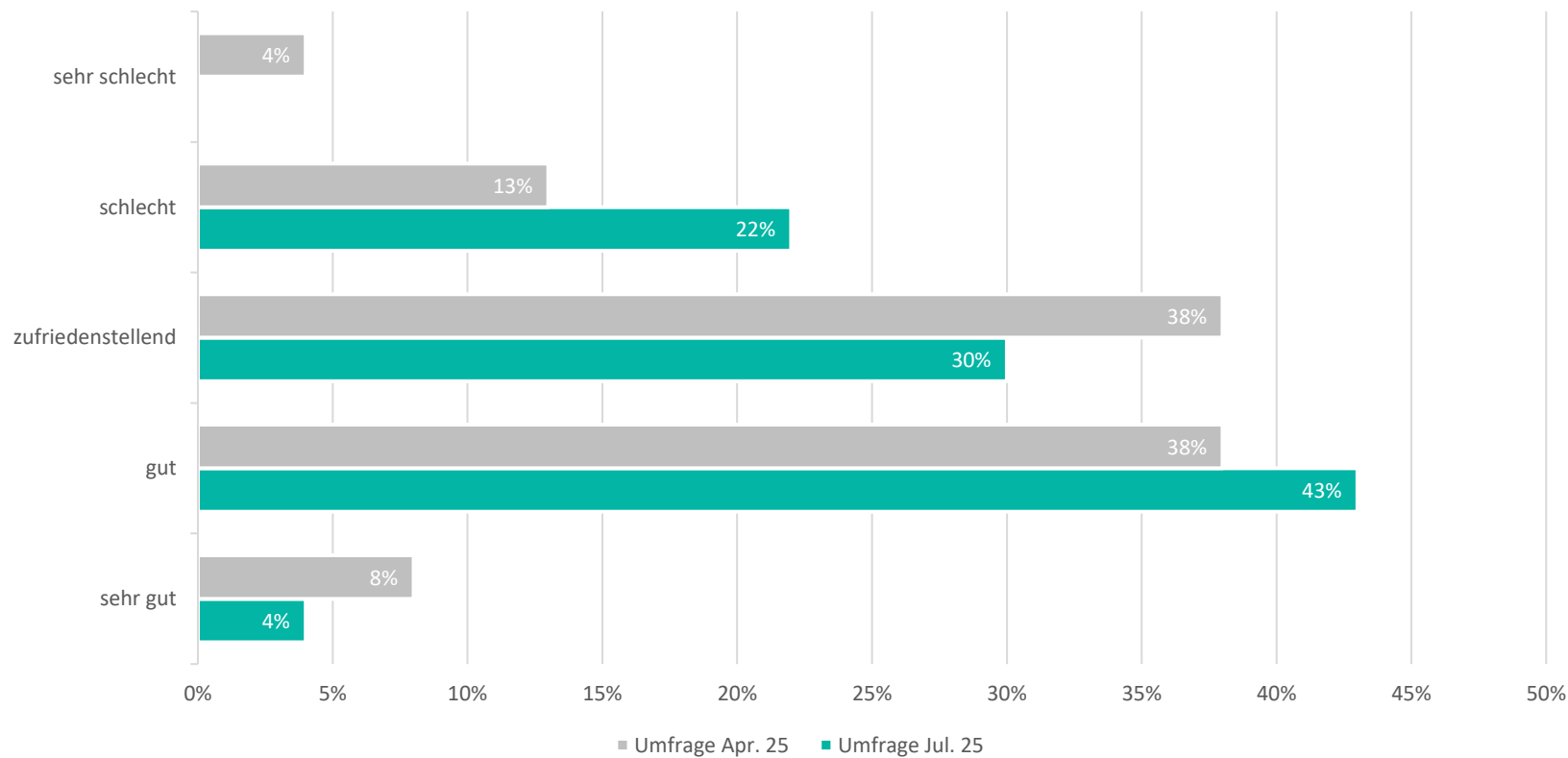
# ZULIEFERUNTERNEHMEN



Hinweis: Der Vergleich bezieht sich auf den Rückblick auf das vergangene Quartal der jeweiligen Befragung.

# Frage 1: Rückblick Quartal 2 | 2025

Wie verlief das zweite Quartal 2025 für Ihr Geschäft?



# 43 %

geben an, dass das vergangene Quartal geschäftlich gut verlief.

In der vorherigen Umfrage gab der Großteil der Befragten an, dass das vergangene Quartal zufriedenstellend/gut verlief.

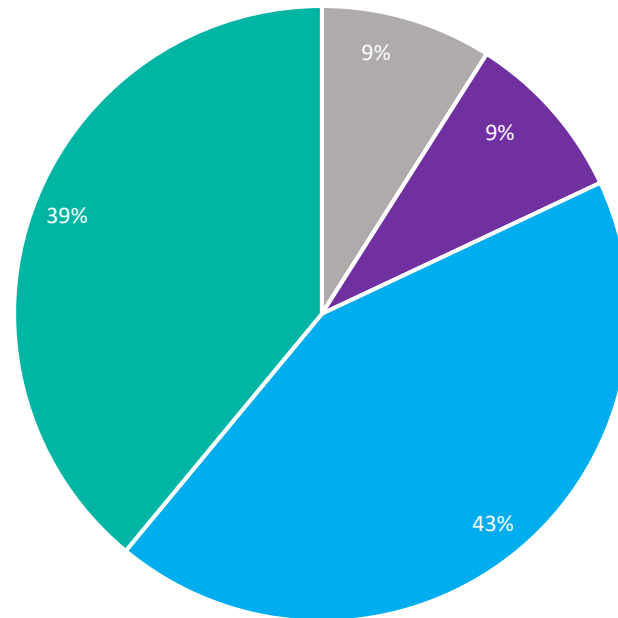
# Frage 1: Quartalsrückblick im Vergleich

Wie verlief das letzte Quartal für Ihr Geschäft?



## Frage 2: Produktionsauslastung

Wie ist die Auslastung in der Produktion für die nächsten drei Monate?



■ Betrifft mich nicht ■ unter 40% ■ zwischen 40 und 60% ■ zwischen 60 und 90% ■ voll (90 bis 100%)

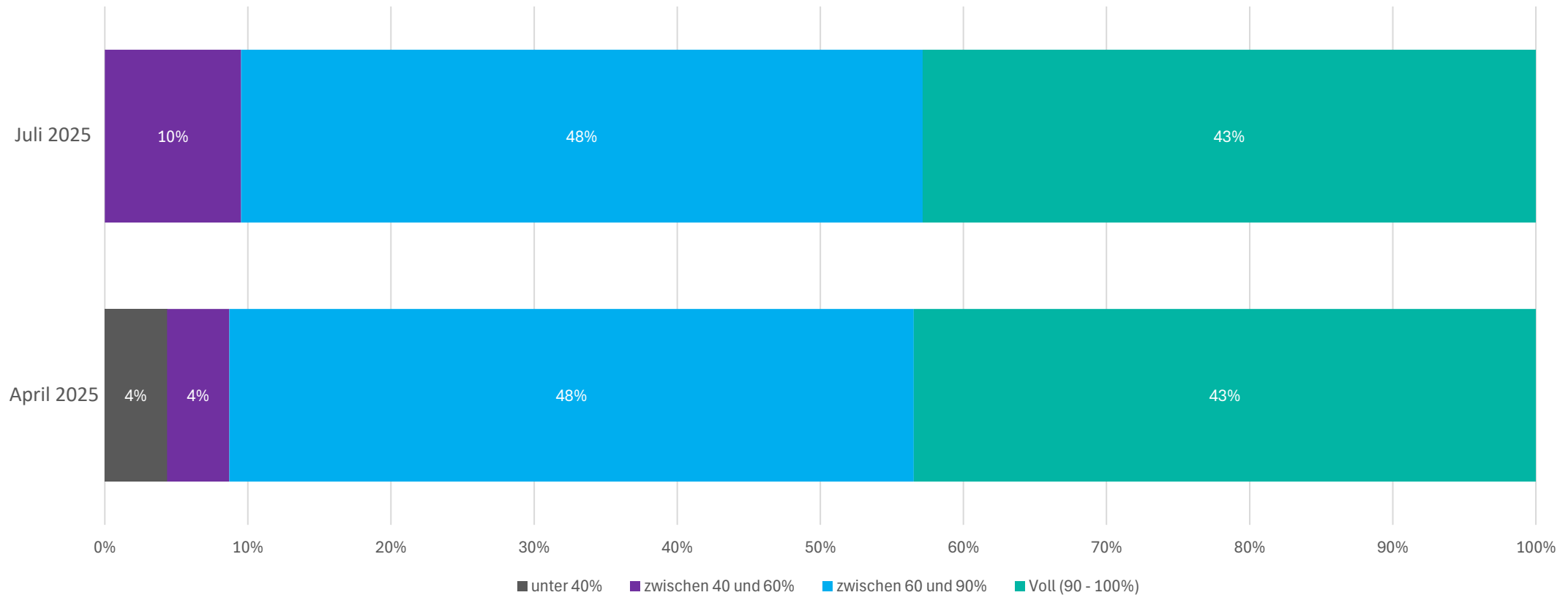
**39 %**

geben an, dass ihre Auslastung zwischen 90 und 100 Prozent beträgt.

Keiner der Befragten gab eine Produktionsauslastung unter 40 Prozent an.

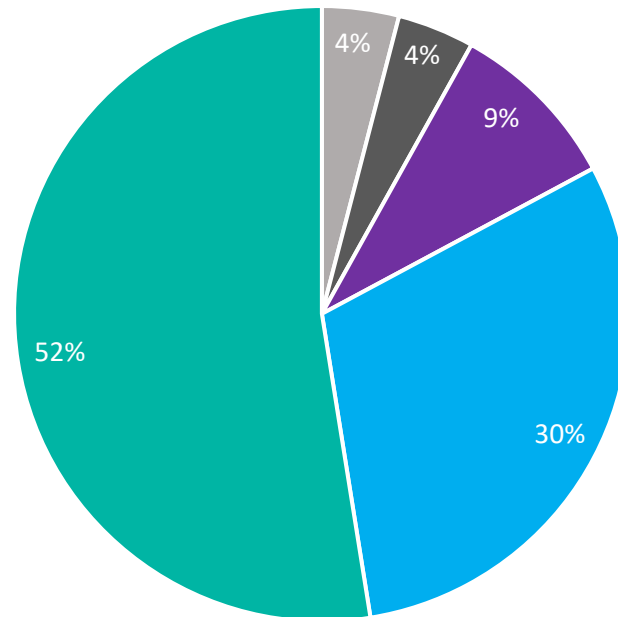
## Frage 2: Produktionsauslastung im Vergleich

Wie ist die Auslastung in der Produktion für die nächsten drei Monate?



## Frage 3: Büroauslastung

Wie ist die Auslastung in Planung/Büro für die nächsten drei Monate?



■ Betrifft mich nicht ■ unter 40% ■ zwischen 40 und 60% ■ zwischen 60 und 90% ■ voll (90 bis 100%)

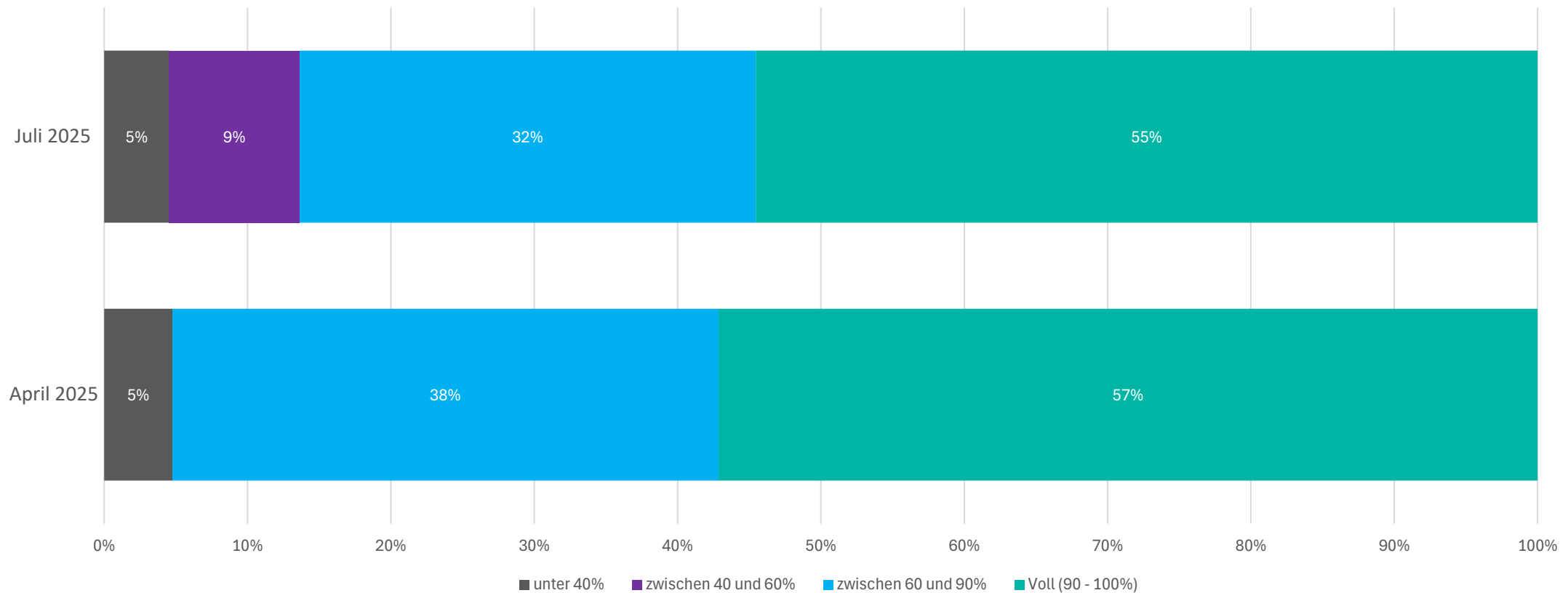
# 52 %

geben an, dass ihre Auslastung 100 Prozent beträgt.

Im Vergleich zum letzten Quartal hat die allgemeine Büroauslastung noch einmal zugenommen.

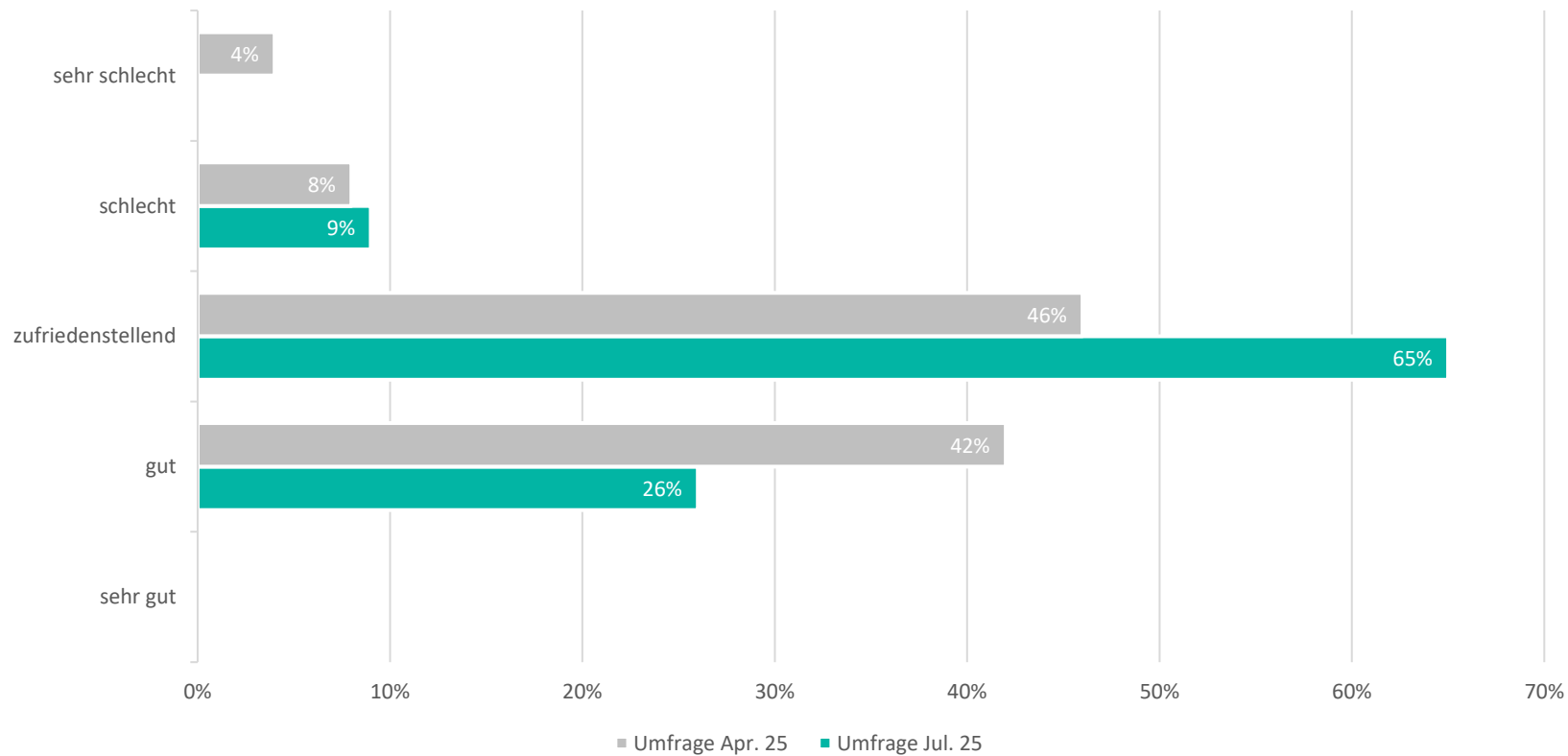
## Frage 3: Büroauslastung im Vergleich

Wie ist die Auslastung in Planung/Büro für die nächsten drei Monate?



## Frage 4: Aussichten 2025

Wie sehen Sie die Aussichten für das gesamte Jahr 2025 für Ihr Geschäft?



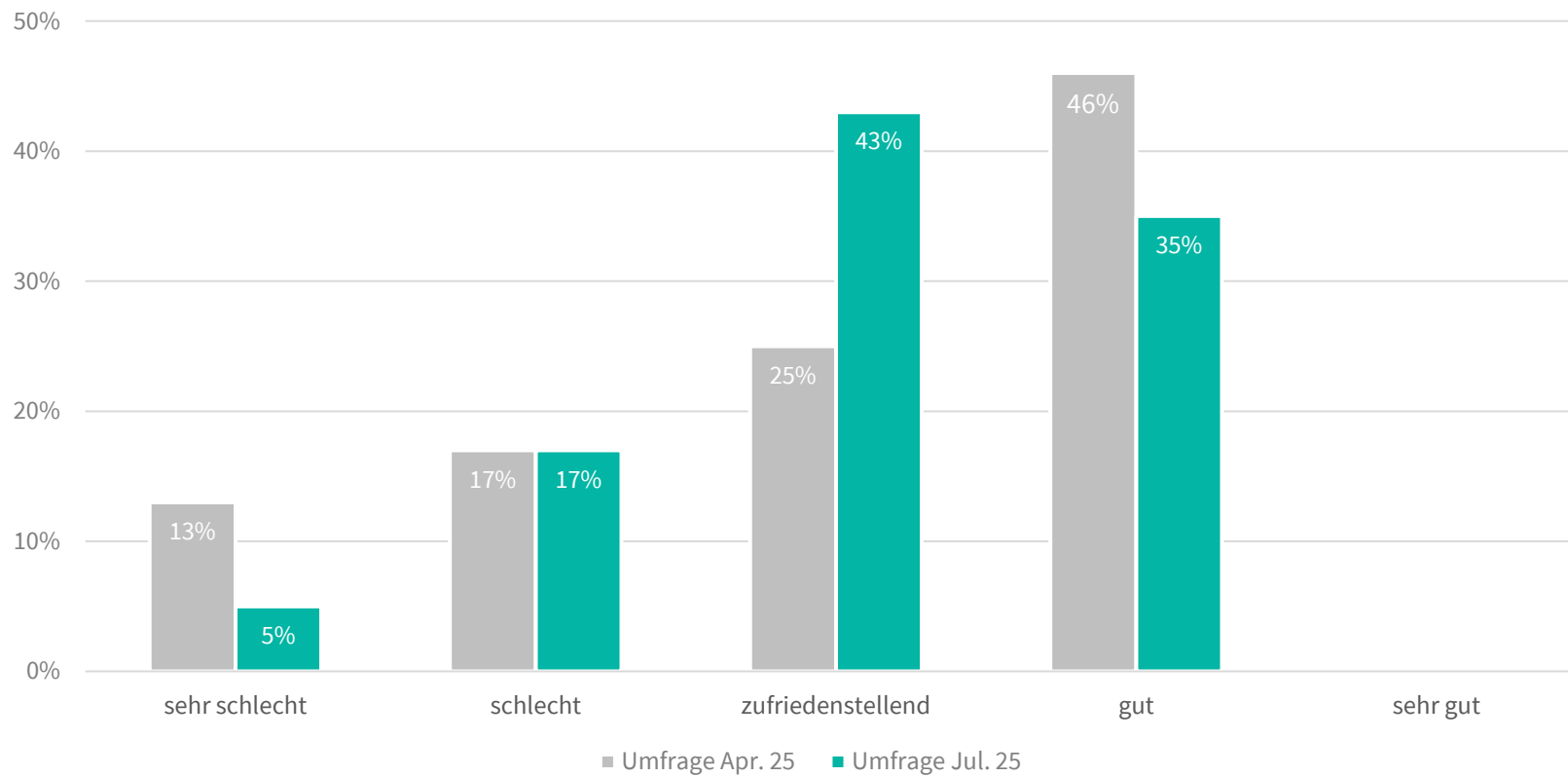
**65 %**

geben an, dass sie die Aussichten für das gesamte Jahr 2025 als zufriedenstellend bewerten.

Keiner der Befragten bewertet die Aussichten als sehr gut.

## Frage 5: Investitionsneigung

Investitionsneigung Ihrer Kunden: Wie beurteilen Sie diese?



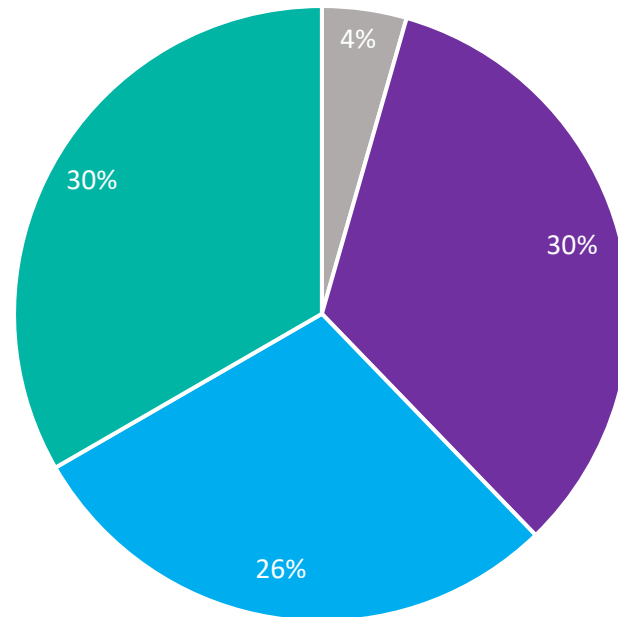
**35 %**

der Befragten berichten, dass sie eine gute Investitionsbereitschaft ihrer Kunden wahrnehmen.

Das ist eine Verschlechterung in Höhe von 11 % im Vergleich zum letzten Quartal.

## Frage 6: Relevanz von Nachwuchsförderung

Die Nachwuchsförderung ist für unser Unternehmen ...



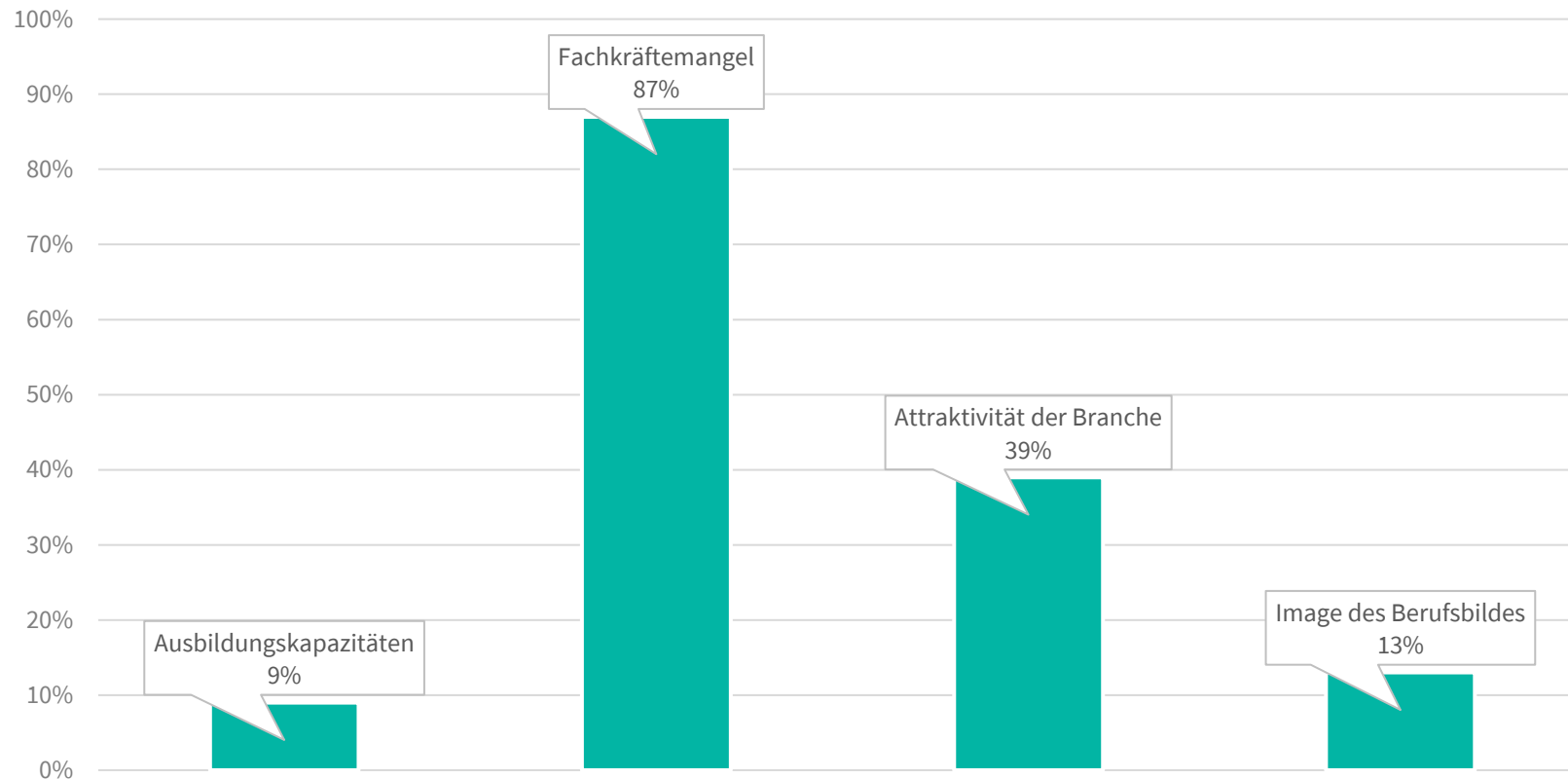
■ überhaupt nicht ■ wenig relevant ■ teils relevant ■ eher relevant ■ sehr relevant

**95 %**

der Befragten halten die Nachwuchsförderung für mindestens teils relevant.

## Frage 7: Handlungsbedarf

Wo sehen Sie den größten Handlungsbedarf?



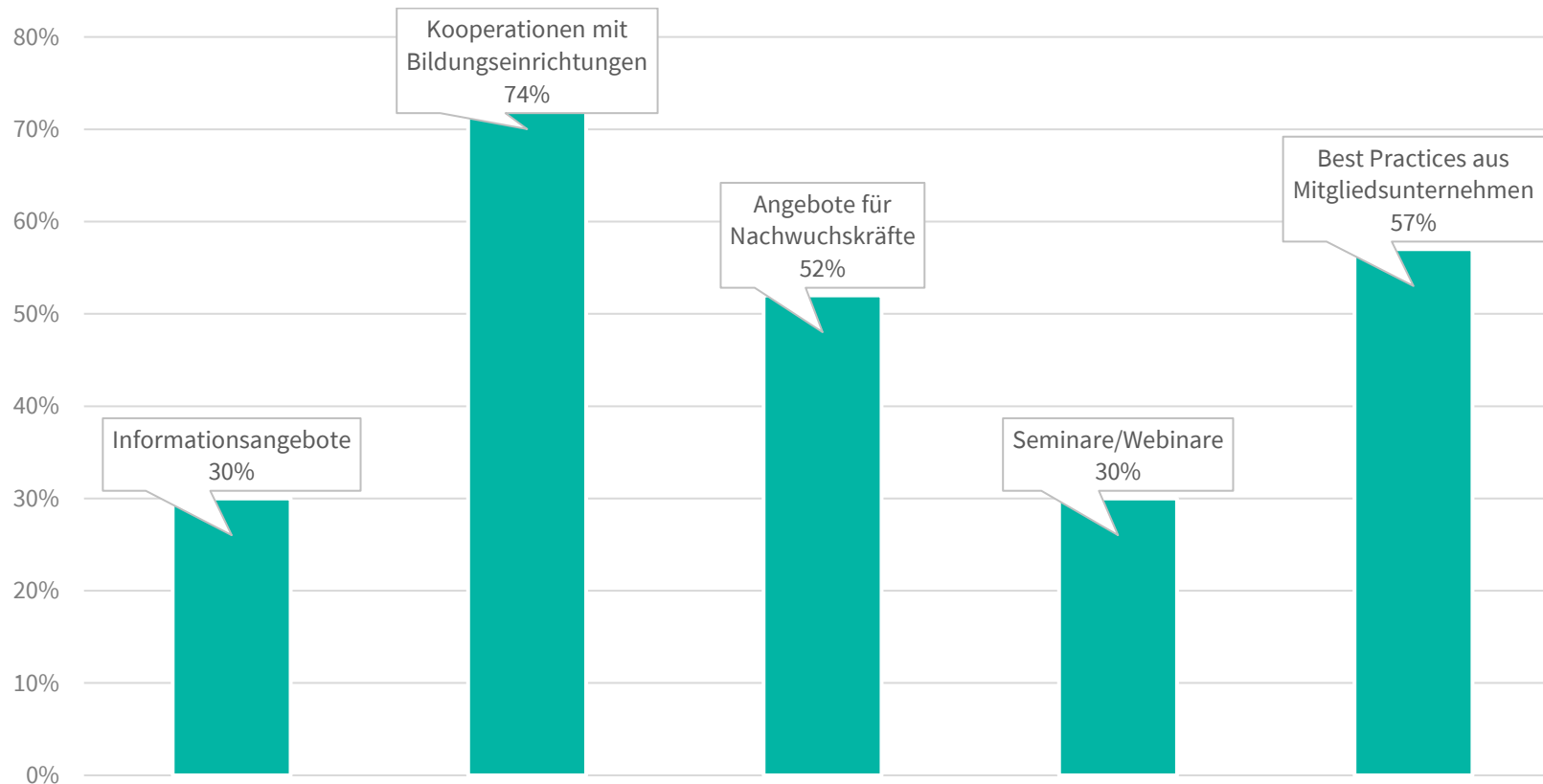
**59 %**

sehen aufgrund des Fachkräftemangels den größten Handlungsbedarf.

Lediglich 6 % sehen den größten Handlungsbedarf bei den Ausbildungskapazitäten.

## Frage 8: Chancen im Verband

Wo sehen Sie die Chancen, das Thema Nachwuchsförderung in den Verband strategisch aufzunehmen?

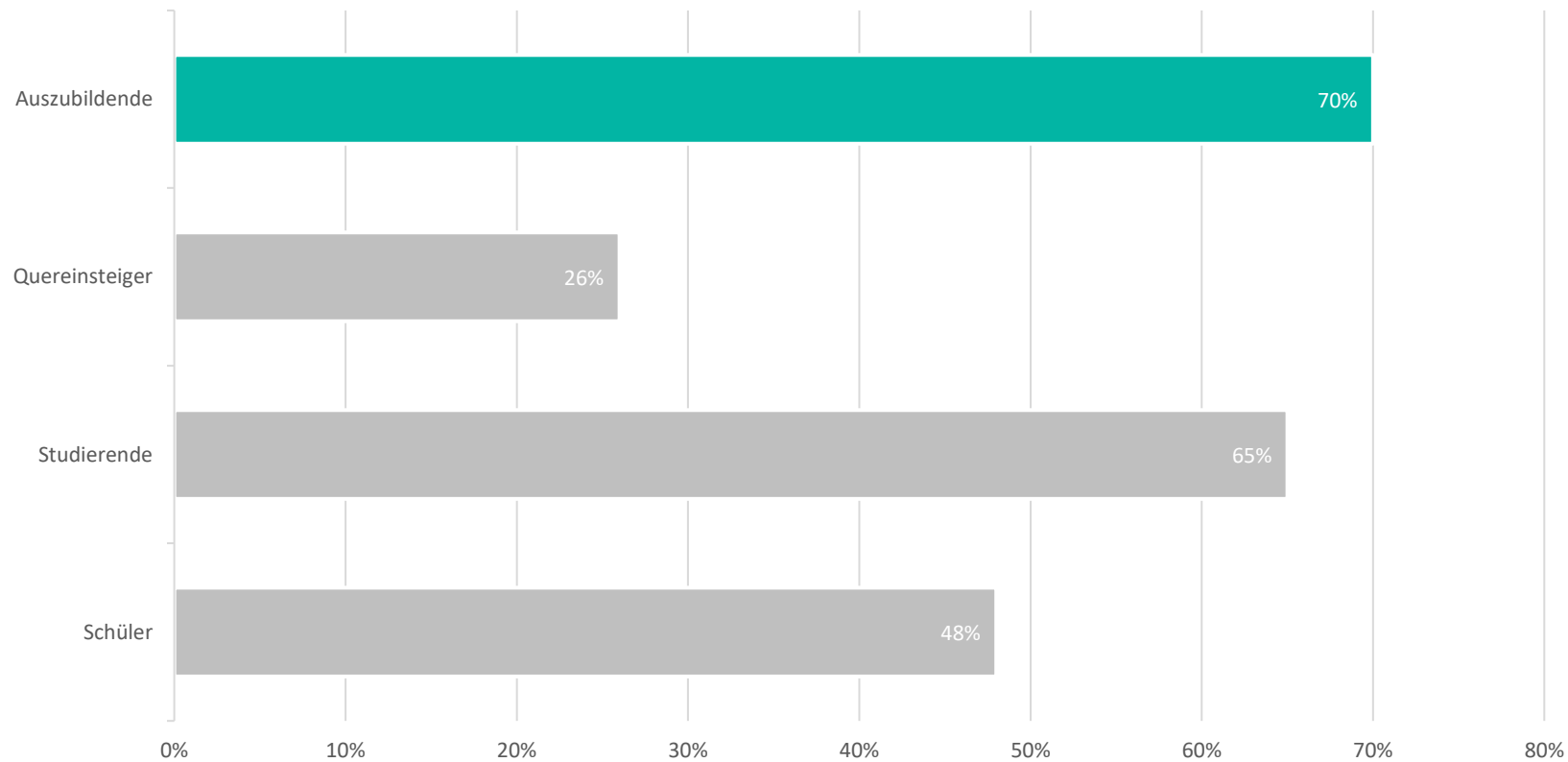


**46 %**  
sehen Kooperationen mit Bildungseinrichtungen als größte Chance im Thema Nachwuchsförderung.

Hinweis: Bei dieser Frage war eine Mehrfachantwort möglich. Ein Proband hat diese Frage übersprungen.

## Frage 9: Zielgruppen

Welche Zielgruppen möchten Sie primär fördern?



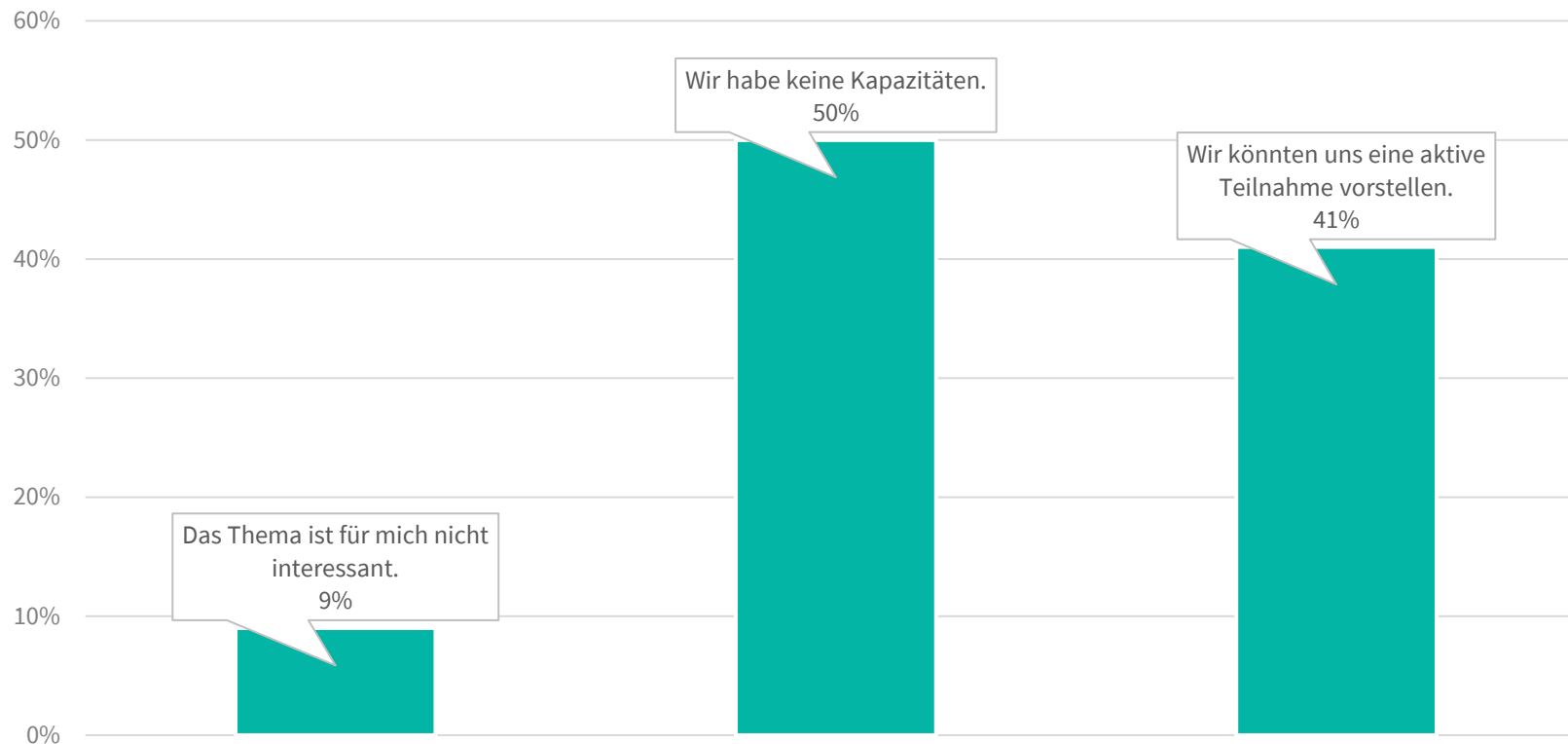
70 %

möchten primär Auszubildende fördern.

Unter „Sonstige“ wurde zusätzlich die Zielgruppe „Junge Talente mit 3-5 Jahren Berufserfahrung“ genannt.

## Frage 10: Engagementbereitschaft

Inwieweit wäre Ihr Unternehmen bereit, sich aktiv an Maßnahmen zur Nachwuchsförderung im Verband zu beteiligen?



**50 %**

der Teilnehmer haben keine Kapazitäten, um sich an Maßnahmen zur Nachwuchsförderung zu beteiligen.

Lediglich 41 % der Befragten können sich eine aktive Teilnahme vorstellen.

# SCHLUSSTEIL

**An dieser Stelle möchten wir uns nochmal bei allen Teilnehmern unserer Umfragen bedanken.**

© Copyright 2025 Urheberrechtshinweis

Alle Inhalte der Umfrage 2025 zur Lage im Ladenbau, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Deutscher Ladenbau Verband (dLv) e.V., Koellikerstraße 13, 97070 Würzburg.

Verantwortlich für den Inhalt dieser Präsentation:  
Angela Krause, Leitung dLv-Geschäftsstelle

Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung bleiben vorbehalten. Eine Verwendung dieser urheberrechtlich geschützten Inhalte ist grundsätzlich untersagt.

## **Deutscher Ladenbau Verband (dLv) e.V.**

Koellikerstraße 13  
97070 Würzburg  
Postfach 5920  
97009 Würzburg  
Tel.: 0931 / 35 292 0  
Fax: 0931 / 35 292 29