

FRÜHJAHR 2025

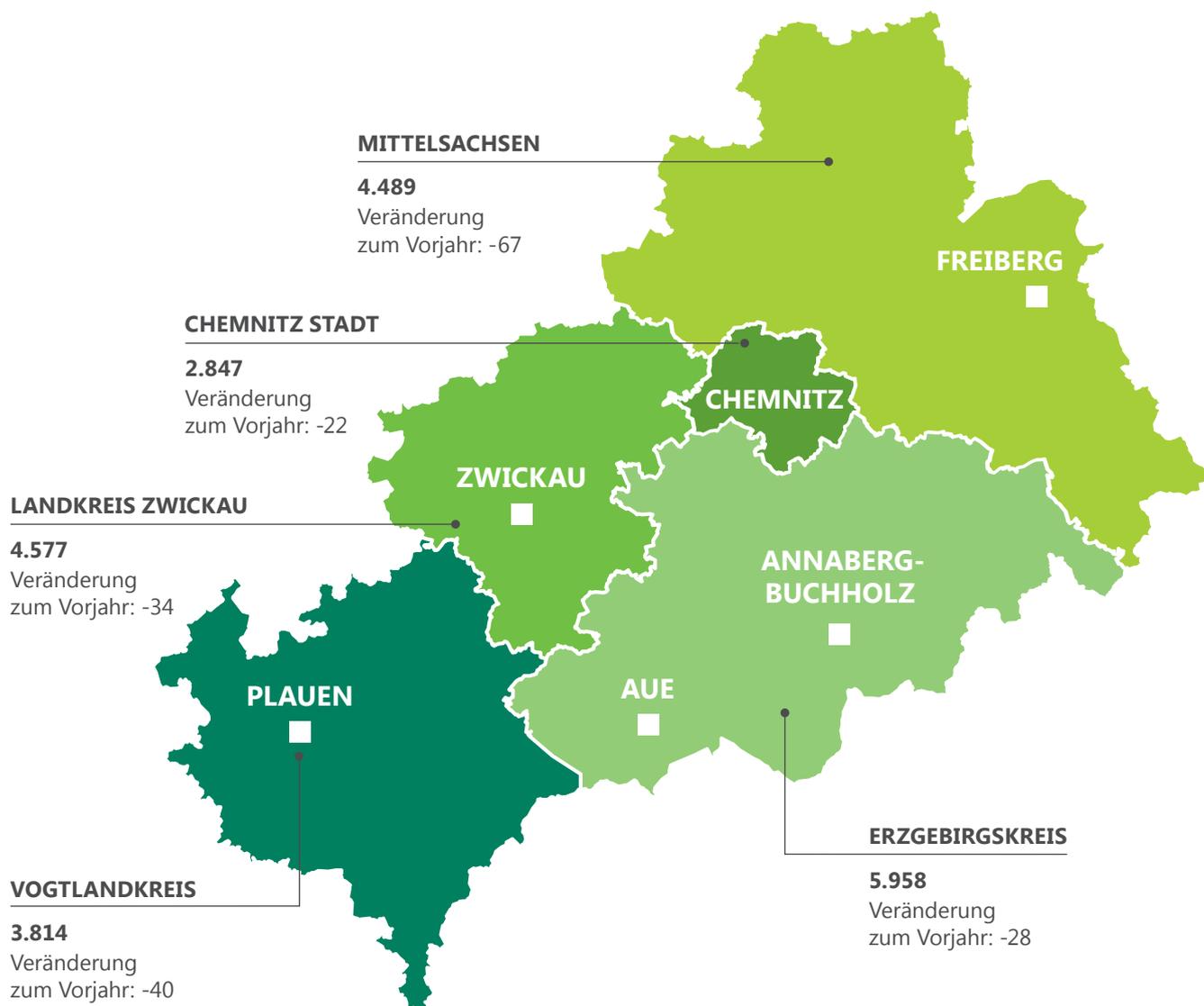
# KONJUNKTURBERICHT



# HANDWERKS- UND GEWERBEBETRIEBE IM KAMMERBEZIRK CHEMNITZ PER 31.12.2024

HANDWERKSBETRIEBE	INSGESAMT	ZUGÄNGE	ABGÄNGE
<b>Gesamt</b>	21.685	995	1.186
<b>Anlage A</b>	15.343	406	699
<b>Anlage B1</b>	4.134	436	303
<b>Anlage B2</b>	2.208	153	184

Gemäß der Jahresstatistik  
nach Landkreisen



# DIE FRÜHJAHRSKONJUNKTUR IM ÜBERBLICK

---

618 Handwerksbetriebe bewerten:

- **Anhaltender Ukraine-Konflikt führt zu Zurückhaltung bei Kunden**
- **Deutlicher Auftragsrückgang bei Bauhaupt- und besonders Ausbaugewerben**
- **Anstieg der Einkaufspreise abgeschwächt**
- **Geschäftserwartungen weiterhin eingetrübt**
- **Nahrungsmittelhandwerke besonders negativ von Rohstoffpreiserhöhungen betroffen**
- **Beschäftigtenzahlen absinkend – dennoch führt Demografie zu Fachkräftemangel**
- **Auslastungsgrad sinkt**
- **Investitionsverhalten der Betriebe zurückhaltend**



## VORWORT

---

Die Handwerkskammer Chemnitz erfasst die Geschäftsentwicklung des Handwerks in ihrem Bezirk durch repräsentative Befragungen der Unternehmen. Die Struktur der Befragungsgruppen entspricht der wirtschaftlichen Bedeutung einzelner Handwerksbranchen. Folgende Gruppen repräsentieren die vielfältigen Handwerksberufe: Bauhauptgewerbe, Ausbaugewerbe, Handwerke für den gewerblichen Bedarf, Kraftfahrzeuggewerbe, Nahrungsmittelgewerbe, Gesundheitsgewerbe, Personenbezogene Dienstleistungen sowie Kunsthandwerk und Handwerk für den gehobenen Bedarf. Die Entwicklung innerhalb der Gewerbegruppen wird anhand der Umfrageergebnisse dargestellt.

Die im Text, in den Grafiken und Tabellen aufgeführten Daten beruhen auf den Antworten von 618 Handwerksbetrieben. Befragt wurden 2.881 zufällig ausgewählte Mitgliedsbetriebe der Handwerkskammer Chemnitz. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 21,4 Prozent. Die Beurteilung der Konjunkturentwicklung bezieht sich jeweils auf die Lage im Berichtsquartal und die Erwartungen für die Folgemonate.

Zum Vergleich wird das erste Quartal 2024 zugrunde gelegt. Ergebnisse der Konjunkturbefragung des dritten Quartals 2024 werden nur zum Vergleich der Erwartungen mit der eingetretenen Situation herangezogen, da das Handwerk saisonalen Schwankungen unterliegt und verschiedene Quartale somit nur schwer vergleichbar sind.

Dieser Bericht wurde am 15. Mai 2025 abgeschlossen. ■

# INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>I. HAUPTMERKMALE DER AKTUELLEN KONJUNKTURENTWICKLUNG</b>	6
1. Gesamteinschätzung	6
2. Geschäftslage in den Regionen	7
3. Betriebsauslastung	8
4. Umsatzentwicklung	8
5. Geschäftslage in den Gruppen	8
<b>II. RAHMENBEDINGUNGEN</b>	9
1. Einkaufspreise	9
2. Verkaufspreise	9
3. Beschäftigte	10
4. Investitionsverhalten	10
<b>III. UMFRAGEERGEBNISSE IM EINZELNEN</b>	11
<b>IV. VERGLEICH ERWARTUNGEN III/2022 ZU IST I/2025</b>	11
<b>V. UMFRAGEERGEBNISSE IN DEN REGIONEN</b>	12
<b>VI. UMFRAGEERGEBNISSE NACH HANDWERKSZWEIGEN</b>	13
<b>VII. FRAGEPROGRAMM</b>	15

# I. HAUPTMERKMALE DER AKTUELLEN KONJUNKTURENTWICKLUNG

## 1. GESAMTEINSCHÄTZUNG

Der Geschäftsklimaindex über alle Gewerke verändert sich durch die stagnierende konjunkturelle Gesamtlage und den anhaltenden Belastungen aus dem noch immer ungelösten und vielfältigen Krisen weiter abwärts. Der Klimaindexwert liegt aktuell bei 99,5 Punkten (Vorjahr: 105,8). Die Rahmenbedingungen aus offenen außenpolitischen Konflikten, der langen Dauer der Regierungsbildung im Bund sowie die andauernden Haushaltsdiskussionen der Landesregierung führen zu Konsumzurückhaltung sowie Investitionszurückhaltung sowohl bei privaten und gewerblichen Kunden als auch bei der öffentlichen Hand. Auch die deutlich gesunkenen Zinsen lassen hier noch keinen positiven Effekt erkennen. Die kurze Aufwärtsbewegung im Herbst 2024 wurde somit direkt wieder erstickt.

Nach wie vor bestehen bei den Betrieben Sorgen um eine dauerhaft bezahlbare und sichere Energieversorgung – auch für kleine Betriebe. Die Geschäftslage wird von den Betrieben deutlich schlechter eingeschätzt als im Vorjahresfrühjahr. Die Erwartungen für das laufende Jahr fallen (trotz noch immer negativem Saldo) besser aus als im Vorjahresfrühjahr, was aber nicht zur Anhebung des Indexwerts führt. Die Gesamteinschätzung des Geschäftsklimas erfolgt über die Bewertung der aktuellen Geschäftslage sowie die Erwartungen der weiteren Entwicklung.

Die anhaltend rückläufige Nachfrage nach Bauleistungen bedingt durch die noch nicht ausreichend verbesserten Finanzierungsrahmenbedingungen und hohe Baukosten führt zum

Rückgang des teilweise noch hohen Auftragsbestands. Im Vorjahresvergleich fällt besonders der Rückgang bei den Ausbaugewerken auf. Die Auftragsbestände der Betriebe haben zwar über den Winter gereicht, sind nun aber auf einem Niveau angekommen, welches die Planung über das Jahr erschwert. Ausnahmen sind die Handwerke für den gewerblichen Bedarf sowie das Kfz-Handwerk, welche sich in den letzten Monaten positiv entwickelten.

Die bereits durch die erhöhten Personalkosten überdurchschnittlich stark betroffenen Nahrungsmittelbetriebe merken die Kaufzurückhaltung ihrer Kunden. Im Vorjahresvergleich haben sich die Lageeinschätzungen aber verbessert. Bei den Kunsthandwerkern ist die Kaufzurückhaltung für nicht unbedingt notwendige Dinge jedoch weiter sichtbar. Zum Vorjahr stabil bis leicht positiv fällt die Geschäftslage der personenbezogenen Dienstleister auf, welche die erhöhten Preise weiterhin an die Endkunden weitergeben können. Die auf erhöhtem Niveau stabilisierten Energiekosten führten auch zu einer Verkaufspreisentwicklung ohne starke Erhöhungen, in manchen Bereich sogar zu einem leichten Rückgang. Die Materialverfügbarkeit ist branchenübergreifend besser als im Vorjahr.

Die Angaben der Betriebe zum erzielten Umsatz fallen zurückhaltend aus. Besonders deutlich ist die negative Entwicklung in den Bauhaupt- und besonders in den Ausbaugewerken erkennbar, aber auch bei den Kunsthandwerkern. Eine stabile Entwicklung des Umsatzes melden die Kfz-Betriebe. Die Betriebe erwarten eine insgesamt gleich bleibende Umsatzentwicklung aber keinen Aufschwung.

## GESCHÄFTSKLIMAINDEX

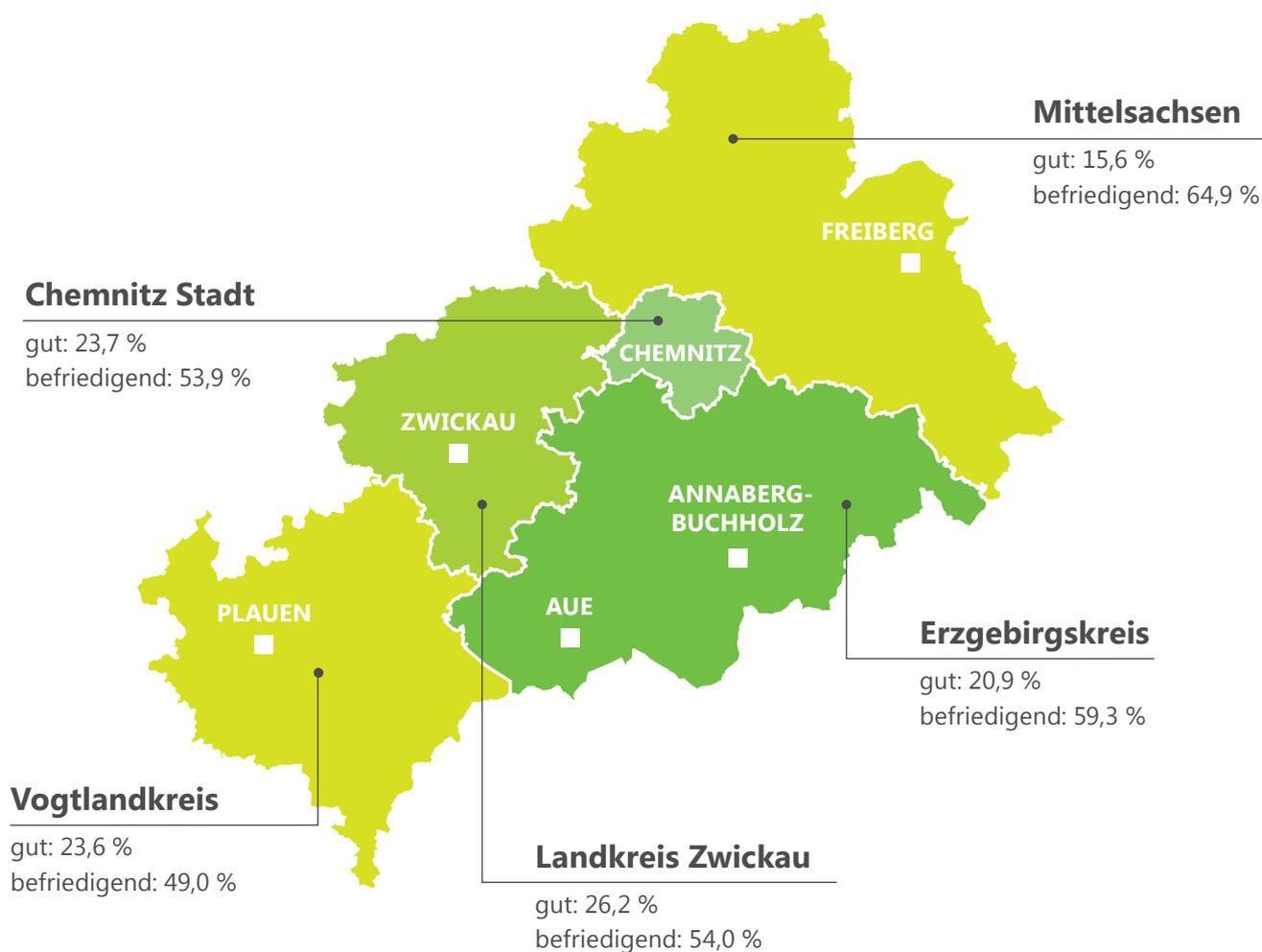


\* Ab 2018 Wechsel vom arithmetischen Mittel zum geometrischen Mittel.

## 2. GESCHÄFTSLAGE IN DEN REGIONEN

Im Landkreis Zwickau und im Erzgebirgskreis haben die Betriebe die besten Einschätzungen zur Geschäftslage geliefert. Leicht dahinter reihen sich die Betriebe im Landkreis Mittelsachsen und im Vogtlandkreis ein. Die besten Bewertungen kommen von den Betrieben aus der Stadt Chemnitz.

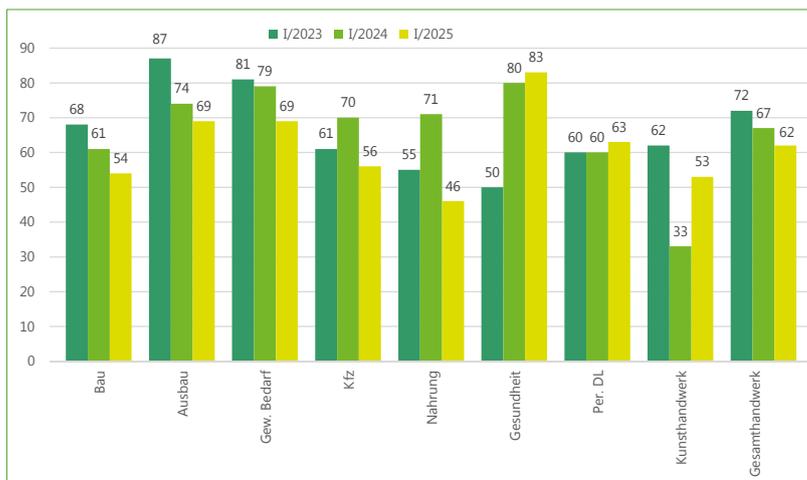
Für die vergleichsweise stabile Gesamtentwicklung des Wirtschaftsbereichs Handwerk sind sowohl der gesunde Branchenmix im Kammerbezirk Chemnitz als auch die gewachsenen Wirtschaftsstrukturen verantwortlich. Die Erwartungen in die weitere Entwicklung der Geschäftslage sind in Chemnitz am optimistischsten ausgeprägt, im Vogtlandkreis am pessimistischsten.



# I. HAUPTMERKMALE DER AKTUELLEN KONJUNKTURENTWICKLUNG

## 3. BETRIEBSAUSLASTUNG ≥ 80 PROZENT

Nochmals ist die Betriebsauslastung im Gesamthandwerk des Kammerbezirks Chemnitz im Vorjahresvergleich gesunken. Nur noch 62 Prozent der Betriebe gaben eine Auslastung von 80 Prozent und mehr an – ein deutlicher Rückgang um 10 Prozentpunkte in zwei Jahren. Und auch der Anteil der Betriebe, die eine Auslastung von 90 Prozent und mehr angeben, liegt nur noch bei 45,6 Prozent – ein leichter Rückgang. Die durchschnittliche Auslastung in Wochen liegt bei 11,1 Wochen. (Durchschnittswert; nach Bereichen im Tabellenanhang). Dies ist eine Verringerung zur Vorjahresumfrage um etwas mehr als zwei Wochen. 93 Prozent der Betriebe erwarten einen gleich hohen (38,2%) oder höheren (54,8%) Auftragseingang im 2. Quartal.



## 4. UMSATZENTWICKLUNG (SALDO)

Gut jeder zehnte Betrieb verzeichnete gestiegene Umsätze. Bei weiteren 45 Prozent der Betriebe verhielten sich die Umsätze konstant. Somit gaben nur noch 58 Prozent der Betriebe positive Umsatzzahlen an. Diese Zahlen beruhen auch auf erhöhten Materialpreisen und gestiegenen Personalkosten. Diese Mehrbelastungen und die vergleichsweise schwache Auftragslage lässt die Betriebe pessimistischer werden. Sie planen für das zweite Quartal 2025 mit einer schwachen Umsatzentwicklung. So erwarten 10 Prozent steigende, 52 Prozent gleichbleibende und 38 Prozent der Betriebe sinkende Umsätze. Der Umsatzrückgang ist auch ein Resultat der Preiserhöhungen der letzten Quartale. Diese Erhöhungen sind bedingt durch die erhöhten Einkaufspreise, welche die Betriebe mehr und mehr an den Konsumenten der Dienstleistungen und Produkte weiterreichen müssen.



## 5. GESCHÄFTSLAGE IN DEN GRUPPEN

Die Geschäftslage in den Handwerksgruppen hat sich dramatisch verschlechtert. In nahezu allen Gruppen ist die Entwicklung deutlich negativ. In den Bauhaupt- sowie den Ausbaugewerben setzt sich der Abwärtstrend fort, womit diese als wichtige Stützen der Handwerkskonjunktur wegfallen. Die Lage im Lebensmittelhandwerk und in den Kunsthandwerksbetrieben hat sich auf niedrigem Niveau eingependelt. Die Handwerke für den gewerblichen Bedarf sind von der Investitionszurückhaltung der Industrie betroffen. Auch die Kfz-Betriebe und die personenbezogenen Dienstleister melden eine rückläufige Entwicklung. Die Gesundheitsgewerke haben zwar zum Vorjahr zugelegt, sind aber auch von der Kaufzurückhaltung betroffen.

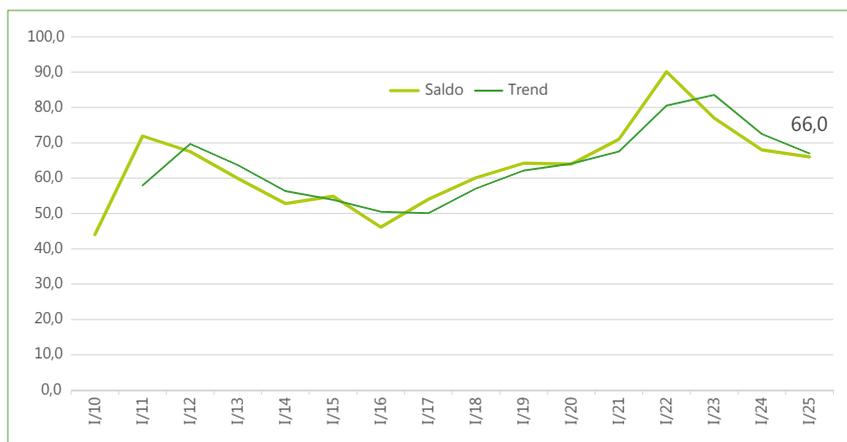


## II. RAHMENBEDINGUNGEN

### 1. ENTWICKLUNG EINKAUFSPREISE

Die Preise für Energierohstoffe wie Gas und Öl sind im Vorjahresvergleich stabil geblieben, bleiben durch den ungelösten Russland-Ukraine-Konflikt aber auf relativ hohem Niveau. Preistreibend wirken die stetig erhöhten Personalkosten. Die Erhöhung der Einkaufspreise fällt nicht mehr so stark aus wie im Vorjahr. Immer noch geben sieben von zehn Betrieben steigende und nur drei Prozent sinkende Einkaufspreise an.

Die Erhöhungen melden vor allem die Betriebe im Kfz-Gewerbe und der Nahrungsmittelproduktion. Aber auch die personenbezogenen Dienstleister sind davon betroffen. Die Erwartungen über die Entwicklung der Einkaufspreise bleiben auf hohem Niveau. Die Hälfte der Betriebe rechnen mit steigenden und lediglich fünf Prozent mit sinkenden Einkaufspreisen. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zu den gesunkenen Einkaufspreisen dar.



### 2. VERKAUFSPREISE

Die Betriebe konnten die wiederholt gestiegenen Einkaufspreise nur unvollständig auf die Verkaufspreise umlegen. 38 Prozent der Betriebe melden gestiegene Verkaufspreise. 55 Prozent der Betriebe konnten gleich bleibend hohe Verkaufspreise am Markt durchsetzen. In der Zukunft planen die

Hälfte der Betriebe ihre Preise zu halten. Jedoch wollen drei von zehn Betrieben ihre Verkaufspreise weiter erhöhen, vor allem Kfz- und Nahrungsmittelbetriebe. Die besonders starke Betroffenheit durch Einkaufspreiserhöhungen zwingt die Betriebe dazu, höhere Preise zu kalkulieren um wirtschaftlich arbeiten zu können. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zu den gesunkenen Verkaufspreisen dar.



## II. RAHMENBEDINGUNGEN

### 3. BESCHÄFTIGTE

82 Prozent der Betriebe geben eine gleichbleibende und damit stabile Belegschaftszahl an. Die zurückhaltenden Bewertungen der Geschäftslage und der Fachkräftemangel führen dazu, dass vierzehn Prozent eine geringere Beschäftigtenzahl im letzten Quartal angeben. Damit ist ein geringer Personal-

abbau über den Winter verbunden gewesen. Dennoch müssen älter werdende Personalbestände in den nächsten Jahren durch Ausbildung und Neueinstellungen kompensiert werden. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zur gesunkenen Gesamtbeschäftigtenzahl dar. Die Planungen der Beschäftigtenzahlen fallen leicht negativ aus.



### 4. INVESTITIONSVERHALTEN

Kreditfinanzierungen werden zwar günstiger, staatliche Förderprogramme werden aber reduziert und führen in Kombination mit der diffusen Erwartungshaltung der Betriebe zu zurückhaltendem Investitionsverhalten. Die Hälfte der Betriebe gab an, Investitionen im gleichen Umfang wie in den Vorjahren getätigt zu haben. Zehn Prozent haben mehr als zuvor investiert und 50 Prozent in gleichem Umfang. Zukünftig planen sechs Prozent der Betriebe mehr zu investieren. Dem stehen 40 Prozent der Betriebe gegenüber, die weniger investieren

wollen als in den Vorquartalen. Somit planen noch 54 Prozent der Betriebe in gleich bleibender Höhe zu investieren und damit auf dem technischen Stand zu bleiben. Es wird vermehrt in digitale Prozesse investiert, um die internen Geschäftsprozesse effektiver zu gestalten und die Fachkräfte effizienter in den Leistungserstellungsprozess einzubinden. Untenstehende Grafik stellt das Investitionsverhalten bei den im vergangenen Quartal getätigten Investitionen dar. Der größte Block sind Investitionen auf dem Niveau des Vorquartals, hinzukommen zusätzliche/gestiegene Investitionen.



### III. UMFRAGERGEBNISSE IM EINZELNEN

Nachfolgend sind die Umfrageergebnisse der Frühjahrskonjunktur 2024, der Herbstkonjunktur 2024 und der Frühjahrskonjunktur 2025 sowie die Erwartungen für die kommenden Monate für das Gesamthandwerk im Kammerbezirk Chemnitz dargestellt.

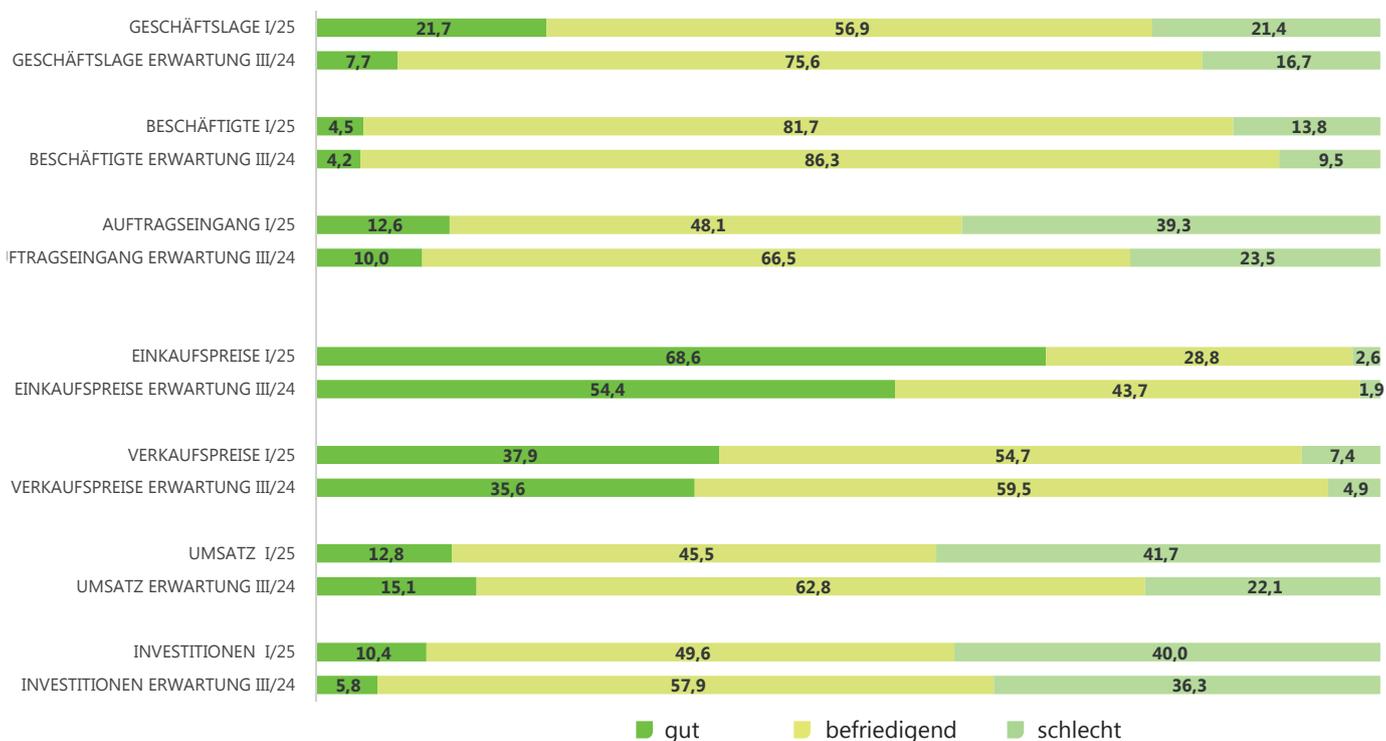
#### GESAMTHANDWERK

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
<b>Geschäftslage</b>	38	43	19	48	37	15	22	57	21	18	62	20
<b>Beschäftigte</b>	5	80	15	7	78	15	4	82	14	4	86	10
<b>Umsatz</b>	11	48	41	18	55	27	13	45	42	10	52	38
<b>Auftragsbestand</b>	∅	12	Wo.	∅	12	Wo.	∅	11	Wo.	55	38	7
<b>Verkaufspreise</b>	44	51	5	39	56	5	38	55	7	29	49	22
<b>Investitionen</b>	7	54	39	8	42	50	10	50	40	6	54	40

Angaben jeweils in Prozent, der befragten Unternehmen: „+“ = gut/mehr/steigend | „0“ = befriedigend/unverändert | „-“ = schlecht/weniger/sinkend

### IV. VERGLEICH ERWARTUNGEN III/2024 ZU IST I/2025

Nachfolgende Grafik stellt die Erwartungen der Herbstkonjunktur 2024 im Vergleich mit der tatsächlich eingetretenen Situation dar.



## V. UMFRAERGEERGNISSE IN DEN REGIONEN

### REGION 1 – CHEMNITZ STADT

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	25	52	23	44	40	16	24	54	22	28	55	17
Beschäftigte	2	89	9	33	33	34	5	77	18	8	79	13
Umsatz	14	36	50	34	33	33	12	51	37	20	49	31
Auftragsbestand	ø	11	Wo.	ø	11	Wo.	ø	11	Wo.	57	38	5
Verkaufspreise	48	48	4	30	43	27	34	57	9	34	42	24
Investitionen	0	48	52	19	48	33	20	44	36	16	50	34

### REGION 2 – ERZGEBIRGSKREIS

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	41	41	18	49	36	15	21	59	30	18	60	22
Beschäftigte	6	79	15	12	80	8	4	81	15	3	86	11
Umsatz	12	49	39	20	33	47	13	44	43	7	51	42
Auftragsbestand	ø	7	Wo.	ø	7	Wo.	ø	12	Wo.	55	37	8
Verkaufspreise	51	44	4	20	73	7	41	52	7	32	46	22
Investitionen	7	56	37	27	44	27	10	47	43	5	57	38

### REGION 3 – LANDKREIS MITTELSACHSEN

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	41	39	20	53	37	10	16	65	19	15	71	14
Beschäftigte	4	83	13	10	60	30	6	80	14	1	90	9
Umsatz	9	47	44	10	80	10	15	47	38	5	57	38
Auftragsbestand	ø	7	Wo.	ø	7	Wo.	ø	11	Wo.	58	36	6
Verkaufspreise	37	59	4	28	50	22	37	54	9	20	61	19
Investitionen	9	51	40	11	48	41	9	51	40	3	52	45

### REGION 4 – VOGTLANDKREIS

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	36	44	20	45	38	17	24	49	27	18	61	21
Beschäftigte	5	80	15	9	81	0	3	84	13	9	82	9
Umsatz	8	55	37	36	46	18	13	44	43	15	46	39
Auftragsbestand	ø	7	Wo.	ø	7	Wo.	ø	11	Wo.	59	35	6
Verkaufspreise	40	55	5	36	45	19	38	55	7	32	45	23
Investitionen	5	63	32	9	36	55	9	48	43	9	50	41

### REGION 5 – ZWICKAUER LAND

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	41	42	18	56	35	9	26	54	20	18	60	22
Beschäftigte	6	78	16	6	82	12	4	86	10	3	88	9
Umsatz	13	50	37	35	41	24	11	43	46	10	54	36
Auftragsbestand	ø	9	Wo.	ø	7	Wo.	ø	10	Wo.	47	42	9
Verkaufspreise	43	50	7	47	47	6	37	56	7	31	47	22
Investitionen	10	50	40	3	65	32	7	56	37	2	58	40

Angaben jeweils in Prozent der befragten Unternehmen  
 „+“ = gut/mehr/steigend  
 „0“ = befriedigend/unverändert  
 „-“ = schlecht/weniger/sinkend

## VI. UMFRAERGEERBE NACH HANDWERKSZWEIGEN

### BAUHAUPTGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	30	43	27	45	38	17	20	51	29	22	55	23
Beschäftigte	11	66	23	9	78	13	4	78	18	6	83	11
Umsatz	2	36	62	28	51	21	10	30	60	12	39	49
Auftragsbestand	∅	10	Wo.	∅	13	Wo.	∅	15	Wo.	71	25	4
Verkaufspreise	30	56	14	22	66	12	34	49	16	24	45	31
Investitionen	7	55	38	10	63	27	11	29	60	7	41	52

### AUSBAUGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	37	43	20	61	28	11	18	59	23	16	61	23
Beschäftigte	3	82	15	7	80	13	5	81	14	3	83	13
Umsatz	10	47	43	21	62	17	13	45	42	9	50	41
Auftragsbestand	∅	10	Wo.	∅	12	Wo.	∅	12	Wo.	51	39	10
Verkaufspreise	45	49	6	32	62	6	34	58	9	28	48	24
Investitionen	6	49	45	7	60	33	9	47	44	5	52	43

### HANDWERKE FÜR DEN GEWERBLICHEN BEDARF

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	51	40	9	21	49	30	18	64	18	16	68	16
Beschäftigte	6	77	17	4	74	22	7	77	16	5	86	9
Umsatz	21	51	28	17	35	48	13	54	33	0	66	34
Auftragsbestand	∅	14	Wo.	∅	7	Wo.	∅	18	Wo.	36	50	15
Verkaufspreise	40	56	4	26	65	9	27	62	11	25	52	23
Investitionen	9	40	51	9	48	43	9	58	33	0	57	43

### KRAFTFAHRZEUGGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	47	40	13	40	51	9	38	47	15	42	45	13
Beschäftigte	5	90	5	9	82	9	6	92	2	4	86	10
Umsatz	21	42	37	20	54	26	23	39	38	23	39	38
Auftragsbestand	∅	4	Wo.	∅	3	Wo.	∅	3	Wo.	63	35	2
Verkaufspreise	63	32	5	40	54	6	65	35	0	48	39	13
Investitionen	11	58	31	14	57	29	15	56	29	15	45	40

Angaben jeweils in Prozent der befragten Unternehmen  
 „+“ = gut/mehr/steigend  
 „0“ = befriedigend/unverändert  
 „-“ = schlecht/weniger/sinkend

## VI. UMFRAERGEERGEBNISSE NACH HANDWERKSZWEIGEN

### NAHRUNGSMITTELGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	29	50	21	50	31	19	19	66	15	8	76	16
Beschäftigte	14	50	36	19	81	0	8	65	27	12	80	8
Umsatz	21	43	36	19	44	37	21	43	36	12	56	36
Auftragsbestand	∅	5	Wo.	∅	6	Wo.	∅	5	Wo.	52	40	8
Verkaufspreise	57	43	0	19	81	0	58	42	0	52	44	4
Investitionen	0	64	36	31	38	31	8	61	31	8	56	36

### GESUNDHEITSGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	36	46	18	44	44	12	42	58	0	8	84	8
Beschäftigte	0	91	9	33	67	0	0	83	17	8	84	8
Umsatz	18	36	46	22	67	11	19	31	50	0	75	25
Auftragsbestand	∅	2	Wo.	∅	4	Wo.	∅	4	Wo.	58	34	8
Verkaufspreise	36	64	0	44	44	12	50	50	0	17	66	17
Investitionen	9	64	27	22	44	34	0	42	58	17	58	25

### PERSONENBEZOGENES DIENSTLEISTUNGSGEWERBE

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	39	45	16	54	40	6	23	57	20	13	71	16
Beschäftigte	1	90	9	0	94	6	3	86	11	3	92	5
Umsatz	8	64	28	9	77	14	12	61	27	11	61	28
Auftragsbestand	∅	4	Wo.	∅	7	Wo.	∅	7	Wo.	54	41	5
Verkaufspreise	44	55	1	22	74	4	35	62	3	30	53	17
Investitionen	8	66	26	6	73	21	14	59	27	7	64	29

### KUNSTHANDWERK UND HANDWERK FÜR DEN GEHOBENEN BEDARF

MERKMALE	I/2024			III/2024			I/2025			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	19	33	48	34	46	20	25	53	22	31	47	22
Beschäftigte	10	76	14	9	88	3	0	91	9	3	91	6
Umsatz	0	38	62	23	40	37	6	34	59	3	53	44
Auftragsbestand	∅	2	Wo.	∅	10	Wo.	∅	15	Wo.	47	50	3
Verkaufspreise	33	62	5	26	65	9	47	47	6	19	56	25
Investitionen	5	52	43	12	57	31	6	63	31	0	66	34

Angaben jeweils in Prozent der befragten Unternehmen  
 „+“ = gut/mehr/steigend  
 „0“ = befriedigend/  
 unverändert  
 „-“ = schlecht/weniger/  
 sinkend

# VII. FRAGEPROGRAMM

---

## 1. FRAGESTELLUNGEN

Die Unternehmen werden mit einem Fragebogen um die Beurteilung (schlechter/sinkend/weniger, unverändert, besser/steigend/mehr) der Lage bzw. Entwicklung folgender Konjunkturindikatoren gebeten:

### ■ **Tendenzielle Entwicklung im Berichtsquartal**

- Geschäftslage im Berichtsquartal
- Beschäftigte im Vergleich zum Vorquartal
- Umsatz im Vergleich zum Vorquartal
- Auftragsbestand (soweit betriebsüblich) im Berichtsquartal
- Verkaufspreise im Vergleich zum Vorquartal
- Getätigte Investitionen im Vergleich zum Vorquartal

### ■ **Erwartungen für das nächste Quartal**

- Geschäftslage im Vergleich zum Berichtsquartal
- Beschäftigte im Vergleich zum Berichtsquartal
- Umsatz im Vergleich zum Berichtsquartal
- Auftragseingang im Vergleich zum Berichtsquartal
- Verkaufspreise im Vergleich zum Berichtsquartal
- Investitionstätigkeit im Vergleich zum Berichtsquartal

## 2. AUSGEWÄHLTE GWERBEZWEIGE

### ■ **Bauhauptgewerbe**

- Maurer und Betonbauer (Maurer, Beton- und Stahlbetonbauer, Feuerungs- und Schornsteinbauer)
- Zimmerer
- Dachdecker
- Straßenbauer
- Gerüstbauer

### ■ **Ausbaugewerbe**

- Maler und Lackierer, Klempner, Installateur und Heizungsbauer (Gas- und Wasserinstallateure, Zentralheizungs- und Lüftungsbauer)
- Elektrotechniker (Elektroinstallateure, Elektromechaniker, Fernmeldeanlagenelektroniker)
- Tischler
- Raumausstatter
- Glaser
- Fliesen-, Platten- und Mosaikleger
- Stuckateure
- Bodenleger

### ■ **Handwerke für den gewerblichen Bedarf**

- Feinwerkmechaniker (Maschinenbaumechaniker, Werkzeugmacher, Dreher, Feinmechaniker)
- Elektromaschinenbauer
- Landmaschinenmechaniker
- Kälteanlagenbauer

- Metallbauer
- Gebäudereiniger
- Informationstechniker
- Schilder- und Lichtreklamehersteller

### ■ **Kraftfahrzeuggewerbe**

- Karosserie- und Fahrzeugbauer
- Zweiradmechaniker
- Kraftfahrzeugtechniker

### ■ **Nahrungsmittelgewerbe**

- Bäcker
- Konditoren
- Fleischer

### ■ **Gesundheitsgewerbe**

- Augenoptiker
- Zahntechniker
- Hörgeräteakustiker
- Orthopädieschuhmacher und -techniker

### ■ **Personenbezogene Dienstleistungsgewerbe**

- Friseure
- Schuhmacher
- Uhrmacher
- Damen- und Herrenschneider
- Fotografen
- Textilreiniger
- Schnellreiniger
- Kosmetiker

### ■ **Kunsthandwerk**

#### **und Handwerk für den gehobenen Bedarf**

- Buchbinder
- Buchdrucker
- Schriftsetzer
- Drucker
- Drechsler und Holzspielzeugmacher
- Siebdrucker
- Steinmetz und Steinbildhauer
- Graveure
- Metallbildner
- Metall- und Glockengießer
- Holzbildhauer
- Glas- und Porzellanmaler
- Keramiker
- Orgel- und Harmoniumbauer
- Klavier- und Cembalobauer
- Geigenbauer
- Metallblasinstrumentenmacher
- Holzblasinstrumentenmacher

## KONTAKT

### Hauptabteilung Gewerbeförderung

Marcus Nürnberger

Telefon: 03731 34967

Fax: 03731 774393

E-Mail: [m.nuernberger@hwk-chemnitz.de](mailto:m.nuernberger@hwk-chemnitz.de)

### Abteilung Medien und Marketing

Romy Weisbach

Telefon: 0371 5364-238

Fax: 0371 5364-210

E-Mail: [r.weisbach@hwk-chemnitz.de](mailto:r.weisbach@hwk-chemnitz.de)



Handwerkskammer Chemnitz  
Limbacher Straße 195  
09116 Chemnitz

Telefon: 0371 5364-0

Fax: 0371 5364-222

E-Mail: [info@hwk-chemnitz.de](mailto:info@hwk-chemnitz.de)

[hwk-chemnitz.de](http://hwk-chemnitz.de)