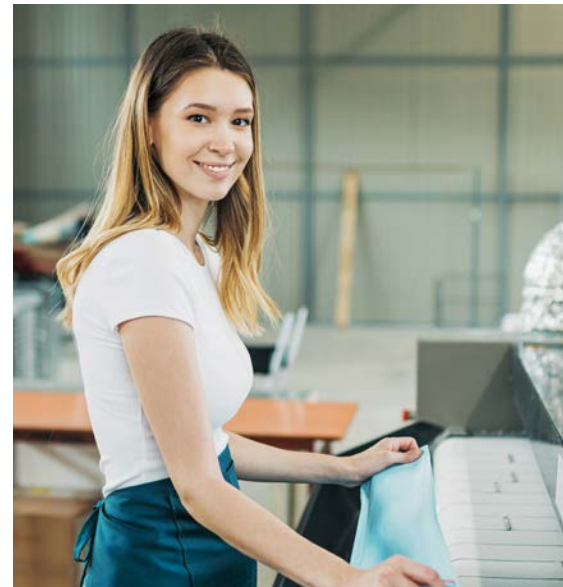


FRÜHJAHR 2023

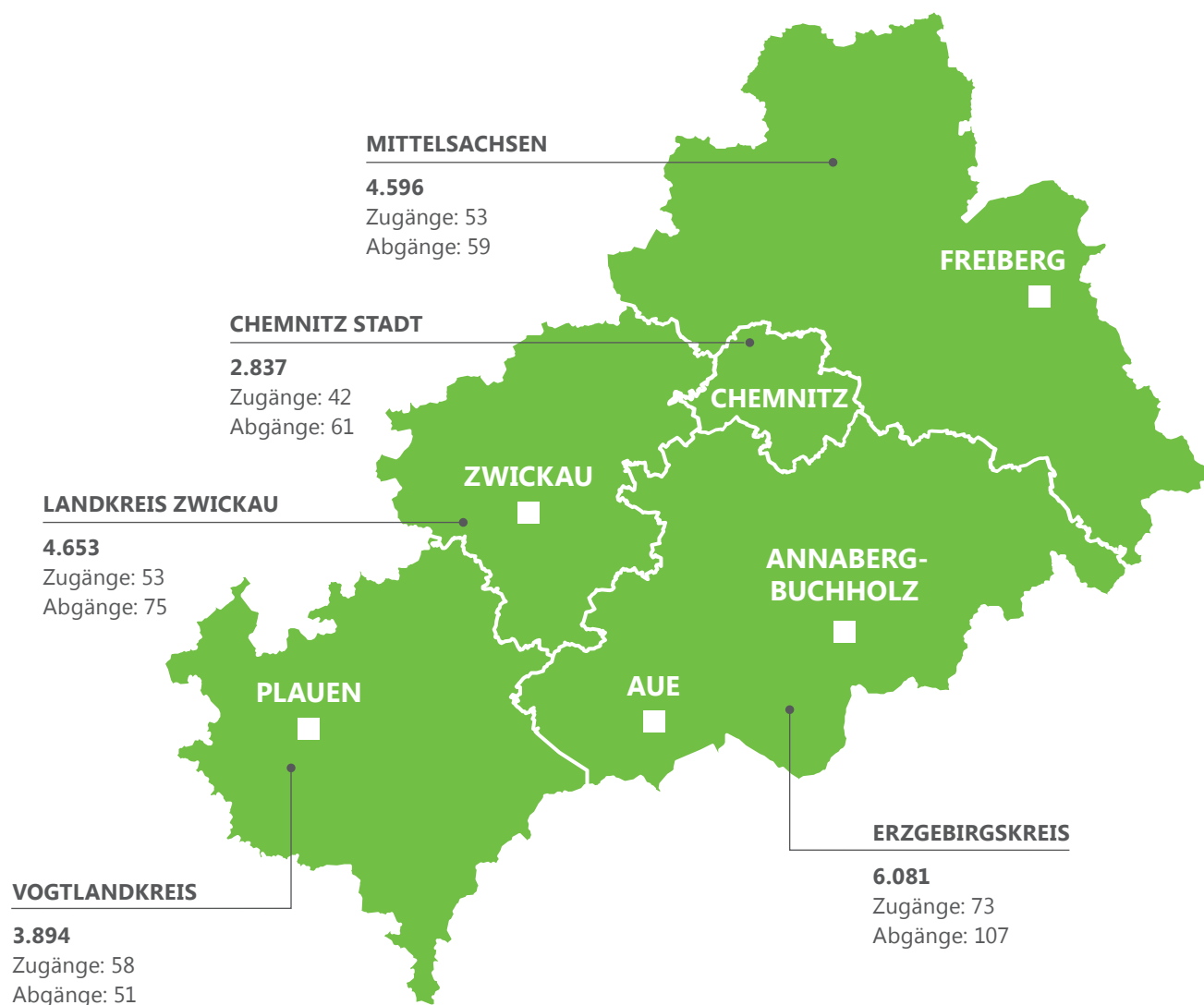
# KONJUNKTURBERICHT



# HANDWERKS- UND GEWERBEBETRIEBE IM KAMMERBEZIRK CHEMNITZ PER 31.12.2022

HANDWERKSBETRIEBE	INSGESAMT	ZUGÄNGE	ABGÄNGE
<b>Gesamt</b>	<b>22.005</b>	<b>1.032</b>	<b>1.149</b>
Anlage A	15.864	424	666
Anlage AeT	2	0	0
Anlage B1	3.892	406	311
Anlage B2	2.249	202	172

Gemäß der Jahresstatistik  
nach Landkreisen



# DIE FRÜHJAHRSKONJUNKTUR IM ÜBERBLICK

---

346 Handwerksbetriebe bewerten:

- **Energieintensive Handwerke von Ukraine-Konflikt stark betroffen**
- **Nahrungsmittelhandwerke besonders negativ von Rohstoffpreiserhöhungen betroffen**
- **Investitionsverhalten der Betriebe zurückhaltend**
- **Geschäftserwartungen abgekühlt**
- **Beschäftigtenzahlen stabil – weiterhin Fachkräfte gesucht**
- **Bauhaupt- und besonders Ausbaugewerbe von Zinspolitik und Kaufzurückhaltung betroffen**
- **Saisonaler Auftragsbestand ist rückläufig**
- **Anhaltender Anstieg der Einkaufspreise**



## 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 346 Handwerksbetrieben. Befragt wurden 1.086 zufällig ausgewählte Mitgliedsbetriebe der Handwerkskammer Chemnitz. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 31,9 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 2022 zugrunde gelegt. Ergebnisse der Konjunkturbefragung des dritten Quartals 2022 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 10. Mai 2023 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/2023</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 hat sich durch die abgeflaute konjunkturelle Gesamtlage und den anhaltenden Belastungen resultierend aus dem Konflikt zwischen Russland und der Ukraine nach unten bewegt. Der Klimaindexwert liegt aktuell bei 100,1 Punkten (Vorjahr: 120,6). Nach der konjunkturellen Delle im letzten Herbst (Indexwert Herbst 2022: 97,8) resultierend aus großen Sorgen um eine bezahlbare und sichere Energieversorgung über den Winter ist zwar eine Steigerung des Geschäftsklimaindex erkennbar. Die Geschäftslage wird von den Betrieben aber sogar leicht schlechter eingeschätzt als im Vorjahresherbst. Die Erwartungen für das laufende Jahr sind jedoch deutlich weniger pessimistisch ausgefallen als im Herbst 2022. Die Gesamteinschätzung des Geschäftsklimas erfolgt über die Bewertung der aktuellen Geschäftslage sowie die Erwartungen der weiteren Entwicklung.

Die Nachfrage nach Bauleistungen ist rückläufig, was vor allem an den verschlechterten Finanzierungsrahmenbedingungen und erhöhten Baukosten liegt. Durch den hohen Auftragsbestand kamen die Gewerke der Bauhaupt- und Ausbaugewerbe trotzdem vergleichsweise stabil durch den Winter. Die Handwerke für den gewerblichen Bedarf profitieren von der in den letzten Monaten verbesserten gesamtwirtschaftlichen Situation. Die bereits durch die erhöhten Energiekosten überdurchschnittlich stark betroffenen Nahrungsmittelbetriebe merken die Kaufzurückhaltung ihrer Kunden, welche durch Inflation bedingte Kaufkraftverluste erleiden. Diese Entwicklung spüren auch die Kunsthandwerker.

Im Vorjahresvergleich fällt die verbesserte Geschäftslage der personenbezogenen Dienstleister auf, welche die erhöhten Preise noch an die Endkunden weitergeben können. Die staatlichen Preisbremsen bei Gas und Strom begrenzen zwar die aktuellen Erhöhungen. Dennoch mussten die Kunden der Handwerker die Zeiten bis zum Einsetzen der Maßnahmen vorfinanzieren, was zu einem zeitlich befristeten Rückgang bei der Auftragsvergabe führte, so z. B. bei Malerbetrieben die für Wohnungsgenossenschaften arbeiten. Die stabilisierten Energiekosten führten auch zu einer Stabilisierung der Verkaufspreise, in manchen Bereich sogar zu einem leichten Rückgang. Die Materialverfügbarkeit ist branchenübergreifend besser als im Vorjahr mit der Ausnahme der Steuerungstechnik für Wärmepumpen und teilweise auch für Solarenergieanlagen. Die Angaben der Betriebe zum erzielten Umsatz fallen leicht rückläufig aus, was aber noch nichts über die Rentabilität der Betriebe aussagt. Die Bewertungen zur Auftragslage und Betriebsauslastung fallen im Vergleich zur Vorjahresumfrage ebenfalls besser aus. Mit nochmaligem leichten Wachstum zeigen sich hierbei die Ausbaugewerke, während in den Bauhauptgewerken ein minimaler Rückgang auf hohem Niveau erkennbar ist. Eine nochmalig erhöhte Betriebsauslastung können die Handwerke für den gewerblichen Bedarf verzeichnen. Die Angaben zu den künftigen Erwartungen fallen über alle Gewerke hinweg zurückhaltend aus. Zwar sind die Verfügbarkeiten von Material und Energieträgern besser und die Preise z. B. für Bauholz oder Getreide wieder gesunken. Die Anschaffungsneigung der privaten Haushalte bleibt aber zurückhaltend.

## GESCHÄFTSKLIMAINDEX



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

## 2. GESCHÄFTSLAGE IN DEN REGIONEN

Im Landkreis Zwickau und der Stadt Chemnitz verzeichneten die Handwerksbetriebe eine gleichbleibende gute Geschäftslage. In den übrigen Landkreisen ist die Geschäftslage leicht rückläufig. Regionale Unterschiede zeigen sich wie folgt. Die Spitzenreiterposition besetzt der Landkreis Zwickau. Am zurückhaltendsten bewerten die Betriebe im Vogtlandkreis ihre

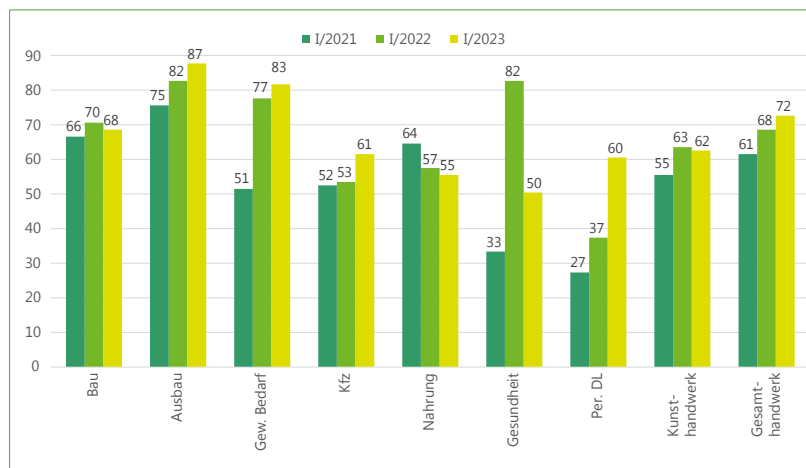
Geschäftslage – im Vergleich zur Vorjahresumfrage ist auch ein Auseinanderklaffen erkennbar. Für die vergleichsweise stabile Gesamtentwicklung des Wirtschaftsbereichs Handwerk sind sowohl der gesunde Branchenmix im Kammerbezirk Chemnitz als auch die gewachsenen Wirtschaftsstrukturen verantwortlich. Die Erwartungen in die weitere Entwicklung der Geschäftslage sind in Chemnitz am optimistischsten ausgeprägt, in Mittelsachsen am pessimistischsten.



# I. HAUPTMERKMALE DER AKTUELLEN KONJUNKTURENTWICKLUNG

## 3. BETRIEBSAUSLASTUNG

Die Betriebsauslastung im Gesamthandwerk des Kammerbezirks Chemnitz ist im Vorjahresvergleich leicht gestiegen. 72 Prozent der Betriebe gaben eine Auslastung von 80 Prozent und mehr an. Dabei ist besonders positiv, dass 52,9 Prozent der Betriebe eine Auslastung von 10 Prozent und mehr angeben – ein Zuwachs von fünf Prozentpunkten. Die durchschnittliche Auslastung in Wochen hat sich deutlich auf aktuell 10 Wochen verknappt (Durchschnittswert; nach Bereichen im Tabellenanhang). Dies ist eine Verringerung zur Vorjahresumfrage um vier Wochen. 86 Prozent der Betriebe erwarten einen gleich hohen oder höheren Auftragseingang im 2. Quartal.



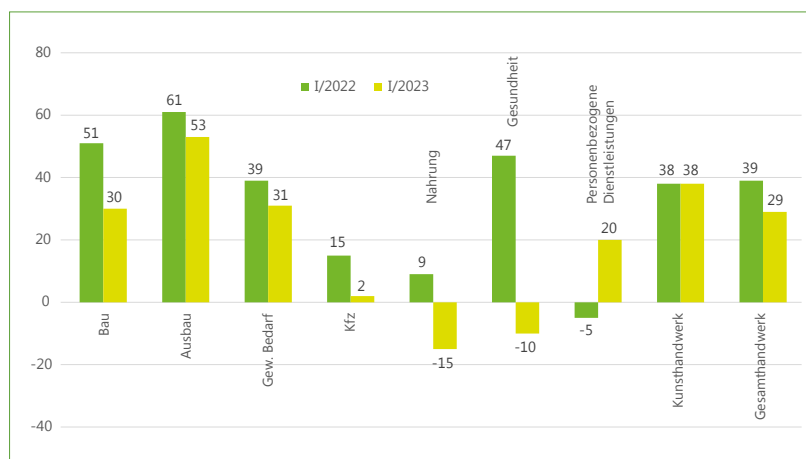
## 4. UMSATZENTWICKLUNG (SALDO)

Jeder fünfte Betrieb verzeichnete gestiegene Umsätze. Bei weiteren 51,4 Prozent der Betriebe verhielten sich die Umsätze konstant. Nahezu sieben von zehn Betrieben gaben also positive Umsatzzahlen an. Diese Zahlen beruhen aber vor allem auf erhöhten Materialpreisen und gestiegenen Personalkosten. Für das zweite Quartal 2023 gehen die Betriebe von einer weiterhin leicht positiven Entwicklung aus. So erwarten 24,6 Prozent steigende, 52,3 Prozent gleichbleibende und 23,1 Prozent der Betriebe sinkende Umsätze. Der Umsatzanstieg wird zudem von nach wie vor erhöhten Einkaufspreisen getrieben, welche die Betriebe mehr und mehr an den Konsumenten der Dienstleistungen und Produkte weiterreichen müssen.



## 5. GESCHÄFTSLAGE IN DEN GRUPPEN

Die Geschäftslage hat sich über fast alle Handwerksgruppen gleichbleibend bis negativ entwickelt. Sowohl in den Bauhaupt- als auch in den Ausbaugewerben ist ein zum Teil deutlicher Rückgang sichtbar. Beide Bereiche waren bisher die stabile Basis der Handwerkskonjunktur. Die Lage im Lebensmittelhandwerk hat sich nochmals verschlechtert. Auch die Handwerke für den gewerblichen Bedarf melden eine negative Entwicklung der Geschäftslage. Die Gesundheitsgewerke und die personenbezogenen Dienstleister haben zwar zum Vorjahr deutlich zugelegt, sind aber auch von der Kaufzurückhaltung betroffen.



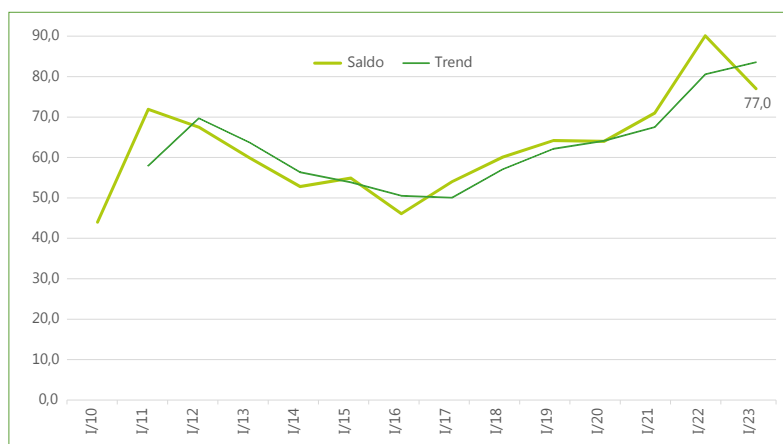


## II. RAHMENBEDINGUNGEN

### 1. KOSTENEXPANSION FÜR DAS HANDWERK

Die Preise für Energierohstoffe wie Gas und Öl haben sich durch den Russland-Ukraine-Konflikt zwar stark verteuert. Die staatlichen Eingriffe und die Entwicklung der Weltmarktpreise haben sich hier dämpfend ausgewirkt. Im letzten Jahr noch knappe Materialien sind jetzt besser verfügbar und zum Teil auch günstiger geworden. Preistreibend wirkten die erhöhten Personalkosten. Immer noch geben gut acht von zehn Betrieben steigende und nur noch vier Prozent

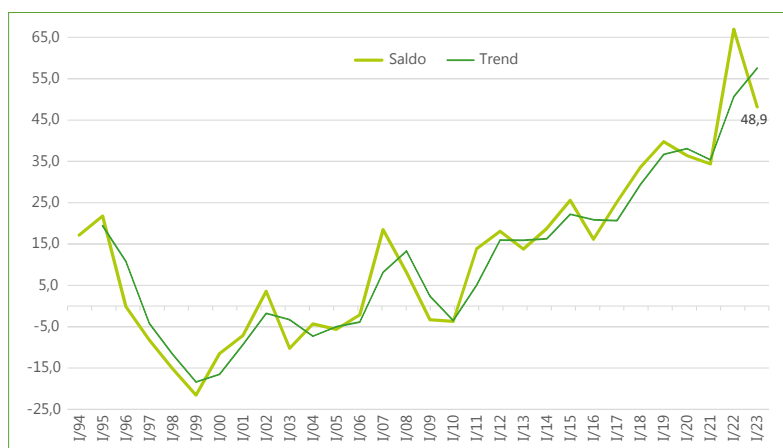
sinkende Einkaufspreise an. Die Erhöhungen melden vor allem die Betriebe im Bauhaupt- und Ausbaugewerbe. Aber auch energie- und personalintensive Nahrungsmittelbetriebe sind stark betroffen. Die Erwartungen über die Entwicklung der Einkaufspreise haben sich etwas entschärft. Dennoch gehen 39,3 Prozent der Betriebe von steigenden und lediglich 2,9 Prozent von sinkenden Einkaufspreisen aus. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zu den gesunkenen Einkaufspreisen dar.



### 2. VERKAUFSPREISE

Die Betriebe konnten die weiterhin gestiegenen Einkaufspreise nur unvollständig auf die Verkaufspreise umlegen. 56 Prozent der Betriebe melden gestiegene Verkaufspreise. 37 Prozent der Betriebe konnten nur gleichbleibend hohe Verkaufspreise am Markt durchsetzen.

Die besonders starke Betroffenheit durch Einkaufspreiserhöhungen zwingt die Betriebe dazu, höhere Preise zu kalkulieren, um wirtschaftlich arbeiten zu können. 59 Prozent planen eine Erhöhung der Verkaufspreise, nur sieben Prozent wollen ihre Preise reduzieren. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zu den gesunkenen Verkaufspreisen dar.

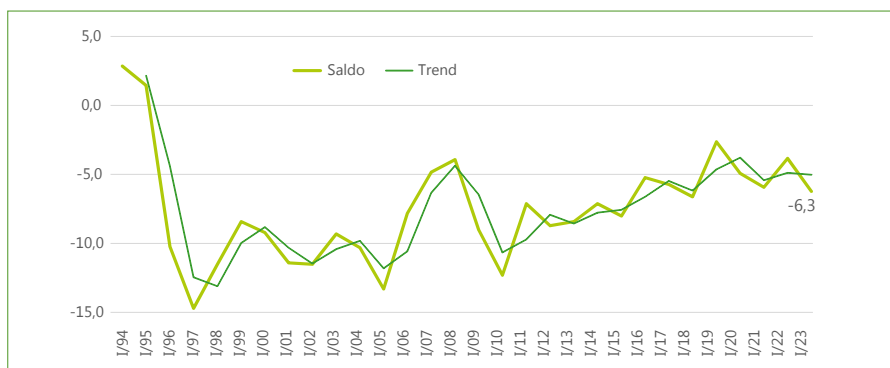


## II. RAHMENBEDINGUNGEN

### 3. BESCHÄFTIGTE

82 Prozent der Betriebe geben eine gleichbleibende und damit stabile Belegschaftszahl an. Die zurückhaltenden Bewertungen der Geschäftslage und der Fachkräftemangel zeigen sich aber auch darin, dass zwölf Prozent eine geringere Beschäftigtenzahl angeben. Älter werdende Belegschaften müssen in den nächsten Jahren durch Ausbildung und

Neueinstellungen kompensiert werden. Um vorhandene Fachkräfte zu halten, beschäftigen die Betriebe, insbesondere gemeint sind die Baubetriebe, ihre Mitarbeiter auch über die Wintermonate hinweg, was durch den hohen Auftragsbestand begünstigt wird. Untenstehende Grafik stellt den Saldo der gestiegenen zur gesunkenen Gesamtbeschäftigtenzahl dar. Die Planungen der Beschäftigtenzahlen bleibt ausgeglichen.

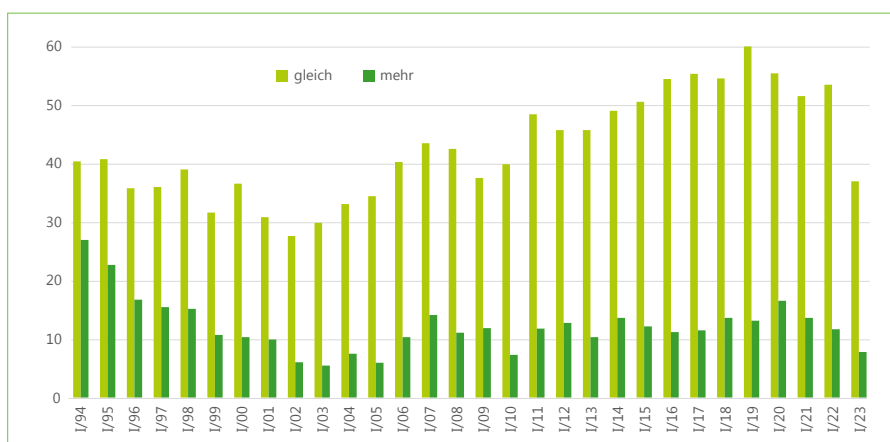


### 4. INVESTITIONSVERHALTEN

Teure Kreditfinanzierungen und eine diffuse Erwartungshaltung der Betriebe, resultierend aus verunsichernden Rahmenbedingungen, lassen die Betriebe weniger als im Vorjahr investieren. 38 Prozent der Betriebe gaben an, Investitionen im gleichen Umfang wie in den Vorjahren getätigt zu haben. Acht Prozent haben mehr als zuvor investiert.

Zukünftig planen acht Prozent der Betriebe mehr zu investieren. Dem stehen 46 Prozent der Betriebe gegenüber, die

geringere Investitionen im nächsten Quartal planen. Somit planen noch 46 Prozent der Betriebe in gleichbleibender Höhe zu investieren und damit auf dem technischen Stand zu bleiben. Es wird vermehrt in digitale Prozesse investiert, um die unproduktiven Geschäftsprozesse effektiver zu gestalten und die Humanressourcen 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 2022, der Herbstkonjunktur 2022 und der Frühjahrskonjunktur 2023 sowie die Erwartungen für die kommenden Monate für das Gesamthandwerk im Kammerbezirk Chemnitz dargestellt.

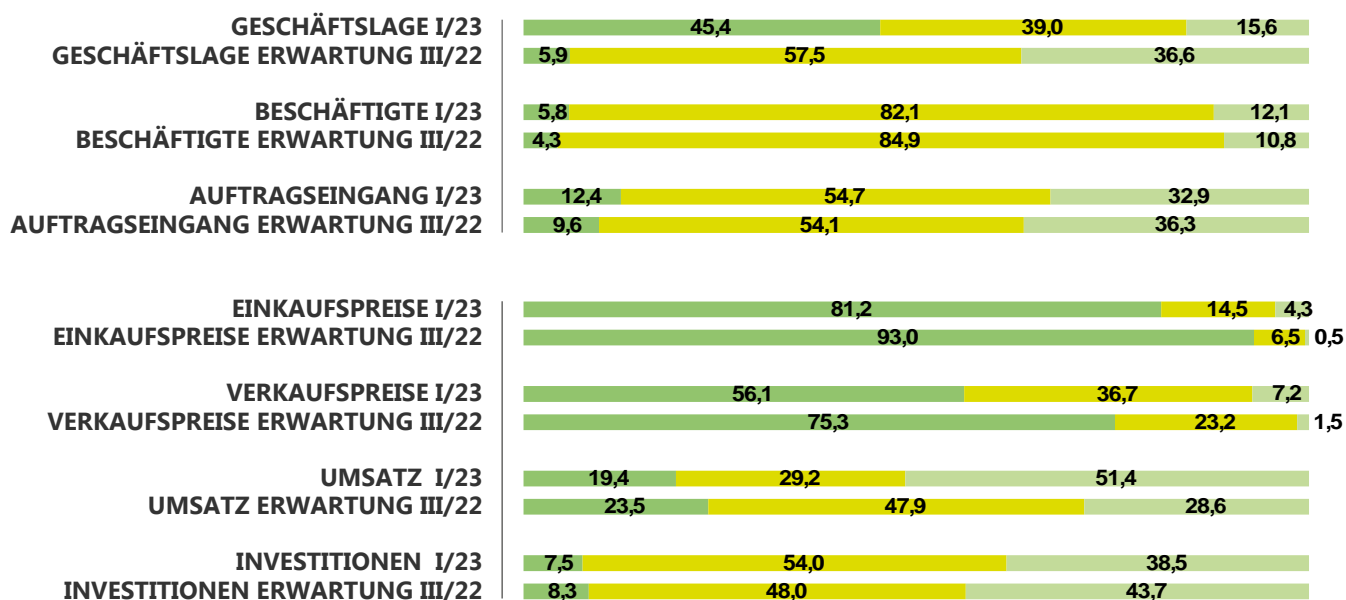
#### GESAMTHANDWERK

MERKMALE	I/22			III/22			I/23			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
<b>Geschäftslage</b>	51	38	11	51	36	13	45	39	16	10	67	23
<b>Beschäftigte</b>	8	80	12	11	78	11	6	82	12	7	81	12
<b>Umsatz</b>	22	47	31	25	53	22	19	51	30	25	52	23
<b>Auftragsbestand</b>	∅	14	Wo.	∅	11	Wo.	∅	10	Wo.	14	61	25
<b>Verkaufspreise</b>	70	28	2	64	34	2	56	37	7	59	36	5
<b>Investitionen</b>	12	55	33	10	54	36	8	38	54	8	46	46

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

### IV. VERGLEICH ERWARTUNGEN III/2022 ZU IST I/2023

Nachfolgende Grafik stellt die Erwartungen der Herbstkonjunktur 2022 im Vergleich mit der tatsächlich eingetretenen Situation dar.



■ gut ■ befriedigend ■ schlecht

## V. UMFRAGEERGEBNISSE IN DEN REGIONEN

### REGION 1 – CHEMNITZ STADT

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	51	37	12	39	48	13	54	31	15	12	73	15
Beschäftigte	12	79	9	12	75	13	15	62	23	19	73	8
Umsatz	27	44	29	24	47	29	23	50	27	42	39	19
Auftragsbestand	ø	16	Wo.	ø	10	Wo.	ø	11	Wo.	31	50	19
Verkaufspreise	60	38	2	57	42	1	46	46	8	50	15	35
Investitionen	10	47	43	6	55	39	12	46	42	8	38	54

### REGION 2 – ERZGEBIRGSKREIS

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	52	40	8	59	31	10	43	36	21	11	67	22
Beschäftigte	7	80	13	10	78	12	10	80	10	5	86	9
Umsatz	22	48	30	25	58	17	22	43	35	30	48	22
Auftragsbestand	ø	14	Wo.	ø	13	Wo.	ø	10	Wo.	14	64	21
Verkaufspreise	73	26	1	67	32	1	54	41	5	46	49	5
Investitionen	9	61	30	11	55	34	8	51	41	13	57	30

### REGION 3 – LANDKREIS MITTELSACHSEN

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	47	42	11	54	31	156	42	41	17	7	69	24
Beschäftigte	10	75	15	14	74	12	1	90	9	3	80	17
Umsatz	24	47	29	29	45	26	13	49	38	19	50	31
Auftragsbestand	ø	15	Wo.	ø	13	Wo.	ø	8	Wo.	8	67	25
Verkaufspreise	74	24	2	70	26	4	50	38	12	64	31	5
Investitionen	13	53	34	12	47	41	10	32	58	5	50	45

### REGION 4 – VOGTLANDKREIS

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	52	32	16	50	36	14	38	45	17	9	73	18
Beschäftigte	7	81	12	8	84	8	3	80	17	10	81	9
Umsatz	19	47	34	26	54	20	21	54	25	22	58	20
Auftragsbestand	ø	14	Wo.	ø	10	Wo.	ø	10	Wo.	12	62	26
Verkaufspreise	76	21	3	66	33	1	61	31	8	60	35	5
Investitionen	14	60	26	8	62	30	4	32	64	8	48	44

### REGION 5 – ZWICKAUER LAND

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	53	35	12	45	40	15	53	36	11	11	62	27
Beschäftigte	9	82	9	10	77	13	7	83	10	5	83	12
Umsatz	21	47	32	20	54	26	21	57	22	23	55	22
Auftragsbestand	ø	10	Wo.	ø	9	Wo.	ø	11	Wo.	17	56	27
Verkaufspreise	59	39	2	58	41	1	61	34	5	64	34	2
Investitionen	12	49	39	12	52	36	7	37	55	6	38	56

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

## VI. UMFRAGERGEBNISSE NACH HANDWERKSZWEIGEN

### BAUHAUPTGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	57	35	8	57	34	9	41	48	11	11	65	24
Beschäftigte	10	72	18	10	79	11	8	79	13	3	84	13
Umsatz	21	46	33	26	59	15	17	59	24	21	60	19
Auftragsbestand	ø	21	Wo.	ø	14	Wo.	ø	15	Wo.	16	54	30
Verkaufspreise	78	20	2	65	33	2	59	31	10	59	38	3
Investitionen	18	37	45	9	48	43	8	37	55	5	40	55

### AUSBAUGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	67	27	6	60	33	7	59	35	6	8	73	19
Beschäftigte	8	81	11	12	77	11	5	83	12	6	84	10
Umsatz	30	50	20	32	50	18	28	52	20	32	48	20
Auftragsbestand	ø	15	Wo.	ø	14	Wo.	ø	14	Wo.	13	64	23
Verkaufspreise	77	22	1	71	27	2	63	34	3	63	35	2
Investitionen	11	59	30	13	56	31	7	48	45	9	50	41

### HANDWERKE FÜR DEN GEWERBLICHEN BEDARF

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	52	34	14	56	36	8	47	37	16	9	75	16
Beschäftigte	8	76	16	18	67	15	3	91	6	3	91	6
Umsatz	20	49	31	22	60	18	31	47	22	28	63	9
Auftragsbestand	ø	11	Wo.	ø	12	Wo.	ø	15	Wo.	13	78	9
Verkaufspreise	69	30	1	63	36	1	38	44	18	56	35	9
Investitionen	8	64	28	10	49	41	6	44	50	9	50	41

### KRAFTFAHRZEUGGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	30	56	14	43	43	13	33	36	31	14	72	14
Beschäftigte	8	82	10	12	80	8	11	86	3	19	70	11
Umsatz	17	42	41	25	53	22	11	56	33	31	47	22
Auftragsbestand	ø	3	Wo.	ø	4	Wo.	ø	4	Wo.	17	64	19
Verkaufspreise	75	25	0	71	28	1	64	36	0	58	36	6
Investitionen	5	55	40	8	54	38	8	39	53	14	50	36

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

## VI. UMFRAGERGEBNISSE NACH HANDWERKSZWEIGEN

### NAHRUNGSMITTELGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	29	51	20	20	36	44	20	45	35	5	70	25
Beschäftigte	17	60	23	7	73	20	15	70	15	10	65	25
Umsatz	17	34	49	10	46	44	20	35	45	20	45	35
Auftragsbestand	ø	2	Wo.	ø	4	Wo.	ø	0	Wo.	5	55	40
Verkaufspreise	80	17	3	83	17	0	75	25	0	55	35	10
Investitionen	14	38	48	10	42	48	0	20	80	0	30	70

### GESUNDHEITSGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	53	40	7	29	42	29	20	50	30	20	60	20
Beschäftigte	12	82	6	6	88	6	10	80	10	20	80	0
Umsatz	12	65	23	0	33	67	0	60	40	20	50	30
Auftragsbestand	ø	3	Wo.	ø	4	Wo.	ø	2	Wo.	30	20	50
Verkaufspreise	53	47	0	17	83	0	40	60	0	50	50	0
Investitionen	21	50	29	14	36	50	20	20	60	20	40	40

### PERSONENBEZOGENES DIENSTLEISTUNGSGEWERBE

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	22	52	26	46	36	18	44	32	24	7	58	35
Beschäftigte	5	89	6	6	82	12	0	84	16	2	83	15
Umsatz	13	45	42	21	53	26	11	45	44	7	54	39
Auftragsbestand	ø	5	Wo.	ø	6	Wo.	ø	2	Wo.	9	63	28
Verkaufspreise	42	53	5	52	47	1	42	42	16	53	38	9
Investitionen	14	51	35	10	63	27	11	28	61	2	51	47

### KUNSTHANDWERK UND HANDWERK FÜR DEN GEHOBENEN BEDARF

MERKMALE	I/2022			III/2022			I/2023			Erwartungen		
	+	0	-	+	0	-	+	0	-	+	0	-
Geschäftslage	50	38	12	37	36	27	38	62	0	15	46	39
Beschäftigte	6	88	6	10	87	3	0	69	31	8	64	8
Umsatz	18	41	41	13	50	37	0	54	46	38	46	16
Auftragsbestand	ø	13	Wo.	ø	9	Wo.	ø	17	Wo.	38	46	16
Verkaufspreise	53	38	9	39	58	3	46	46	8	62	30	8
Investitionen	0	70	30	4	64	32	0	38	62	15	46	39

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 GEWERBEZWEIGE

### ■ 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, Fernmeldeanlagen-elektroniker)
- Tischler
- Raumausstatter
- Glaser
- Fliesen-, Platten- und Mosaikleger
- Stukkateure
- 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
- Orthopädienschuhmacher
- Orthopädietechniker

### ■ Personenbezogene Dienstleistungsgewerbe

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

### ■ Kunsthandwerk und Handwerk für den gehobenen Bedarf

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

## 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)

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