

# HANDWERKER IN DER DIGITALEN WELT

WIE ERFOLGT DIE KUNDENANSPRACHE DER ZUKUNFT?



## AKTUELLE, NATIONALE HANDWERKER-BEFragung

Eine Gemeinschaftsstudie von:  
**Konzept & Markt GmbH &  
ANXO Management Consulting GmbH**  
in Kooperation mit der  
**Dähne Verlags GmbH**

Oktober 2024

## Vorwort

---

Seit 2008 hat das Partnerunternehmen der ANXO, die Konzept & Markt GmbH, die Baumarkt- und Handwerkerstudie für die DIY-Branche erstellt. In 2022 wurde mit der Konzept & Markt GmbH vereinbart, dass die Durchführung schrittweise von der ANXO übernommen wird. Mit der Erstellung der Handwerkerstudie 2024 ist dieser Prozess abgeschlossen und wir freuen uns diese nun zu veröffentlichen.

Aktuell befinden wir uns in anspruchsvollen wirtschaftlichen Zeiten, wovon auch die Baubranche betroffen ist. Umso wichtiger ist es zu verstehen, wie die Handwerker als erfolgskritische Stakeholder sich in Ihrem Informations- und Kaufentscheidungsprozess verhalten bzw. was diese erwarten. Entsprechend sind die Schwerpunkte der Studie:

- Relevanz des Internets für die Handwerker und genutzte sowie attraktive Informationsquellen der Handwerker
- Identifizierung von Touchpoints mit der stärksten Kaufbereitschaft auf Basis einer statistischen Touchpoint-Analyse
- Die Bedeutung des Internets beim Einkauf aus Sicht der Handwerker. Hierfür werden die Bezugsquellen der Handwerker betrachtet
- Das Vorgehen beim Einkauf für Kundenprojekte sowie der Einfluss auf den Entscheidungsprozess von Privatkunden
- Die wichtigsten Handelsunternehmen werden aus der Perspektive der Handwerker mithilfe des Markenkauftrichters analysiert und im Vergleich zu Wettbewerbern dargestellt
- Die bevorzugten Serviceangebote auf den Herstellerwebseiten aus Sicht der Handwerker
- Eine Einschätzung der Auftragslage und die Auswirkungen des Fachkräftemangels
- Informationsbedarf über eine Profi-App für die Werkzeug- und Materialbeschaffung
- Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Handwerksbetrieb

In diesem Text wird das generische Maskulinum verwendet. Selbstverständlich sind damit alle Geschlechter gleichermaßen gemeint. Die gewählte Sprachform schließt sowohl weibliche als auch männliche Personen sowie Personen anderer Geschlechtsidentitäten mit ein. Diese Entscheidung dient der Vereinfachung und steht im Einklang mit dem Grundsatz der Gleichbehandlung.

# Inhaltsverzeichnis

---

I. Executive Summary.....	4
II. Der DIY-Markt aus der Perspektive der Handwerker.....	5
1. Profil der befragten Handwerker.....	6
2. Informationsverhalten der Handwerker.....	40
3. Touchpoint-Optimierung der Kundenansprache.....	64
4. Einkaufsverhalten der Handwerker.....	73
5. Markenkaufrichter der Handelsunternehmen.....	117
6. Relevante Serviceangebote.....	171
7. Aktuelle Marktentwicklung und Wirtschaftslage.....	189
8. Digitalisierung und KI.....	209
III. Fazit.....	225
IV. Kontakt.....	229
V. Anhang.....	231

# I. Executive Summary

---

In einer Zeit wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Umbrüche haben wir die gewerblichen Handwerker erneut zu Stimmung, sowie Informations- und Einkaufsverhalten befragt:

- Zwar ist das Internet die Informationsquelle Nr. 1, aber der stationäre Einkauf hat immer noch den höchsten Anteil. Im Vergleich zu 2022 hat der Internet Einkauf aber noch an Bedeutung gewonnen
- Herstellerseiten werden für Information und Einkauf noch stärker genutzt als 2022
- Der Fachgroßhandel bleibt der wichtigste Lieferant für gewerblichen Bedarf, gefolgt von Direktbelieferung durch Hersteller, Direktvermarktern wie Würth, BTI usw. sowie Bau- und Heimwerkermärkten
- Würth ist der stärkste Stammlieferant, aber OBI, Bauhaus und Hornbach sind ebenfalls gut im Geschäft. Gegenüber 2022 haben alle 4 ihre Käuferreichweite noch vergrößern können
- Erstmals wurde eine Imageabfrage des Fachhandels der Einkaufskooperationen Bauvista, Eurobaustoff und hagebau durchgeführt. Dabei wurde Bauvista vergleichsweise am besten bewertet
- Click & Connect wird vor allem von Junghandwerkern (Generation Z) genutzt
- Mehrheitlich wird Interesse an einer Profi-App von Herstellern und Händlern bekundet. Für KI besteht inzwischen eine breite Aufgeschlossenheit. Mehr als die Hälfte der Befragten Personen hat sich bereits mit der Anwendung von KI im Handwerk beschäftigt
- Handwerker haben in 85% aller Fälle einen sehr starken oder starken Einfluss auf die Kaufentscheidung bei Privatkunden. Dieser wird nach Auffassung von 45% der Handwerker noch zunehmen
- Beim Einkauf für Kundenprojekte ist der Handwerker in 77% aller Fälle beteiligt; in 49% der Fälle kauft er zusammen mit dem Kunden ein, bei 28% der Fälle kauft er direkt ein und montiert
- Die Handwerker schätzen ihre Auftragslage insgesamt eher positiv ein. Dabei gehen sie davon aus, dass der Fachkräftemangel eher noch zunehmen wird

## Kontakt

---



### **Ralf Strehlau**

Dipl.-Kaufmann,  
Geschäftsführender Gesellschafter

Mobile: +49 171 74 17 968  
ralf.strehlau@anxo-consulting.com



### **Lisa Westendorp**

Senior Consultant,  
M. A. Sustainable Marketing & Leadership

Mobile: +49 160 58 47 171  
lisa.westendorp@anxo-consulting.com



### **Dr. Ottmar Franzen**

Associated Partner  
Dipl.-Kaufmann

Mobile: +49 172 66 97 166  
ottmar.franzen@anxo-consulting.com



### **Peter Hänsel**

Associated Partner  
Dipl.-Kaufmann

Mobile: +49 172 97 11 411  
peter.haensel@anxo-consulting.com