

# HANDWERKER IN DER DIGITALEN WELT

STUDIENDESIGN UND AUSGEWÄHLTE INHALTE

WEBINAR MIT



Frankfurt am Main, 12. Dezember 2024  
Dr. Ottmar Franzen und Ralf Strehlau

# Agenda

---



- ANXO | Kurzvorstellung
- Untersuchungssteckbrief und Inhaltsverzeichnis
- Executive Summary
- Ausgewählte Ergebnisse im Detail



## Fakten

- ANXO\* wurde 2002 durch den Eigentümer Ralf Strehlau gegründet und wird gemeinsam von Dagmar und Ralf Strehlau geführt
- Unternehmenssitz ist Frankfurt am Main
- Unsere Kernkompetenzen liegen in der Kombination von Methoden- und Prozess-Know-how mit den Vorteilen einer flexiblen Organisation und hochqualifizierten Mitarbeitern
- Wir sind in zahlreiche Netzwerke eingebunden, u.a. im Bundesverband Deutscher Unternehmensberatungen e.V. (national) oder im Independent Management Consultancies Network (international)



## Kontinuierlich ausgezeichnet – hier eine Auswahl

### 2024: Beste Berater (brandeins)

- Beratungsfeld: Restrukturierung / Marketing / Marke / Pricing / Vertrieb / After Sales / CRM
- Branche: Internet & E-Commerce, Maschinen- und Anlagebau

### Top Berater (Focus Business)

- Beratungsfeld: Handel (inkl. E-Commerce), Verarbeitendes & produzierendes Gewerbe
- Branche: Change Management, Digitalisierung

### 2023: Beste Berater (brandeins)

- Beratungsfeld: Marketing / Marke / Pricing / Vertrieb / After Sales / CRM
- Branche: Internet & E-Commerce, Maschinen- und Anlagebau



**b\***  
kontinuierlich  
ausgezeichnet  
seit 2014

\* Anxo ist in der griechischen Mythologie die Gottheit des Wachsens

## Steuerung von Veränderungsprozessen

- Reorganisation / Restrukturierung / Insolvenzverfahren
- Kostensenkungsprogramme
- Programm- & Transformationsmanagement
- Interims-Management
- Projektmanagement und Implementierungskontrolle

### Strategie

### Marketing

### Vertrieb

### Finanzen/Controlling

- (Digitale) Strategieentwicklung
- Geschäftsmodellentwicklung
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Begleitung und Koordination von M & A-Prozessen
- Governance Modelle
- **Markt- und Wettbewerbsstudien**
- **Kundenbefragungen**
- (Digitale) Marketing-Strategie
- E-Commerce und Social Media
- Go-to-Market Strategie
- Lead Management
- Preismanagement
- CRM
- Optimierung des Vertriebes
- Distribution and Channel Strategie
- Sales Network Effectiveness
- Analyse und Optimierung der Prozesse
- Sales Excellence
- Service / After Sales
- Compliance Management
- Weiterentwicklung Controlling, KPI-Reporting, Kalkulation, Rechnungswesen, Investitionsrechnung
- Strategische und operative Planung
- Berichtswesen f. Banken und Gesellschafter
- Risk Management

## Personalmanagement

- HR-Strategie und -Prozesse
- Coaching und Mitarbeiterentwicklung
- Qualifikations- und Potenzialanalysen
- Personalauswahl und Recruiting (Executive Search)
- Führungskräfte trainings und Mitarbeiterfortbildungen (ANXO Akademie)

## Informationstechnologie

- IT-Strategie
- Koordination Einführung ERP-Systeme
- IT-Review / -Audit
- Sanierung von IT-Projekten / Programmen
- Optimierung der IT vor dem Hintergrund der Digitalisierung

- Seit 2007 publiziert Konzept & Markt gemeinsam mit der Fachzeitschrift diy regelmäßig Marktstudien aus dem Bereich der Bau- und Heimwerkermärkte
- Im Jahr 2017 wurde erstmalig das Beschaffungs- und Informationsverhalten von Handwerkerinnen und Handwerkern untersucht („Handwerkers Lieblinge“)
- Aktuell wird diese Studienreihe fortgesetzt und erstmalig unter der Verantwortung der ANXO Management Consulting durchgeführt. Fachlich wird sie weiterhin von Dr. Ottmar Franzen begleitet

### 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

**ANXO**  
MANAGEMENT CONSULTING

Dähne Verlag  
Ich weiß

BVM

W  
WIRTSCHAFTS  
MARKTSTUDIENVERBAND

GEM

ILIBU

DWG

## Agenda

---



- ANXO | Kurzvorstellung
- Untersuchungssteckbrief und Inhaltsverzeichnis
- Executive Summary
- Ausgewählte Ergebnisse im Detail



<b>Grundgesamtheit</b>	Alle Handwerker in der Bundesrepublik Deutschland
<b>Stichprobe</b>	n=1.000 Befragte
<b>Interviewpartner</b>	Selbständige oder angestellte Handwerker (Ausnahme: künstlerische Tätigkeiten), die für den Handwerksbetrieb einkaufen
<b>Feldarbeit</b>	Juli / August 2024
<b>Methode</b>	Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogens

# 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. Markenkauftrichter 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



## Agenda

---



- ANXO | Kurzvorstellung
- Untersuchungssteckbrief und Inhaltsverzeichnis
- **Executive Summary**
- Ausgewählte Ergebnisse im Detail

## 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

# Agenda

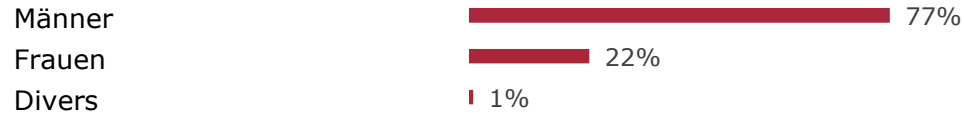
---



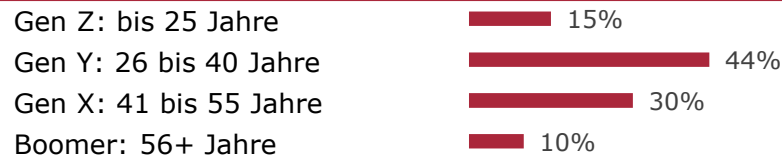
- ANXO | Kurzvorstellung
- Untersuchungssteckbrief und Inhaltsverzeichnis
- Executive Summary
- **Ausgewählte Ergebnisse im Detail**

# 1. Profil der befragten Handwerker

## Geschlecht



## Alter



## Form der Erwerbstätigkeit



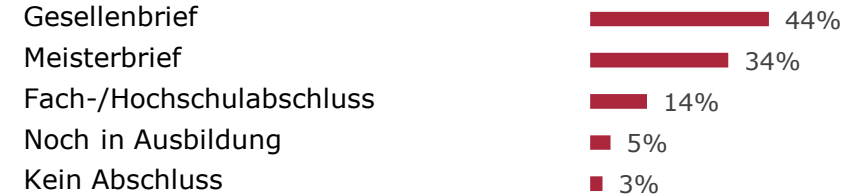
## Handwerksbetrieb



## Handwerkertyp



## Handwerker-Abschluss



## Größe des Handwerksbetriebes



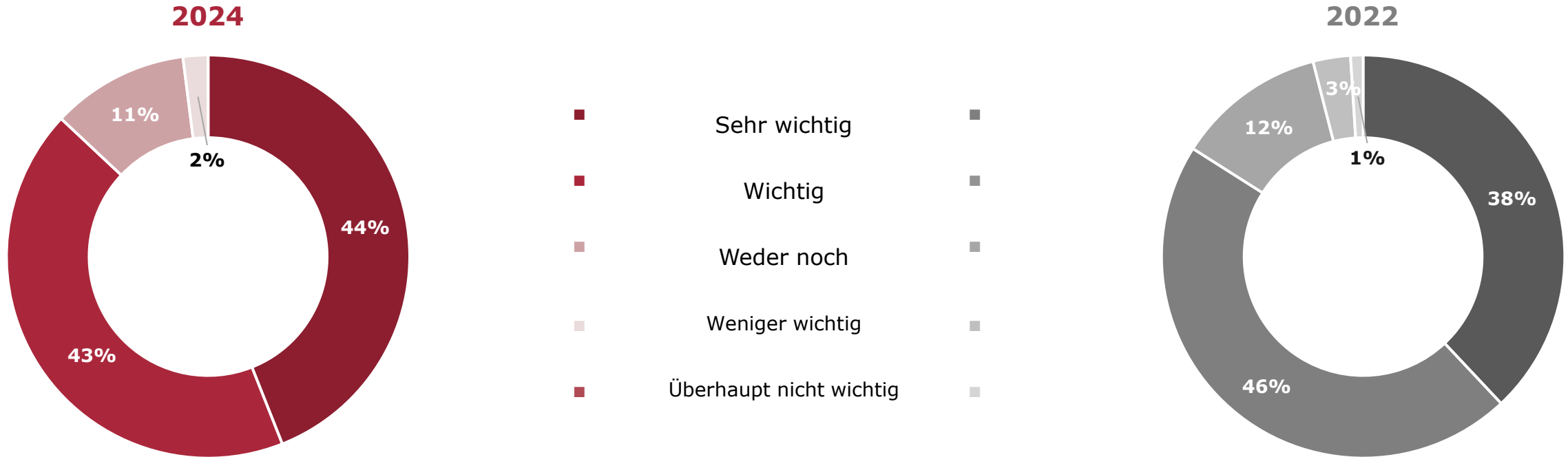
## Monatlicher Materialbedarf / Einkaufsvolumen



Basis: Alle Befragten; Handwerker = Handwerk und handwerksnahe Berufe mit Ausnahme künstlerischer Tätigkeiten; Summen können abweichen

Die befragten Handwerker sind überwiegend männlich und der Gen Y sowie der Gen X zuzuordnen. Die Betriebe haben zumeist zwischen 5 und 25 Mitarbeitern und ein monatliches Einkaufsvolumen von um die 5.000 €. 33% sind sogenannte „Van-People“.

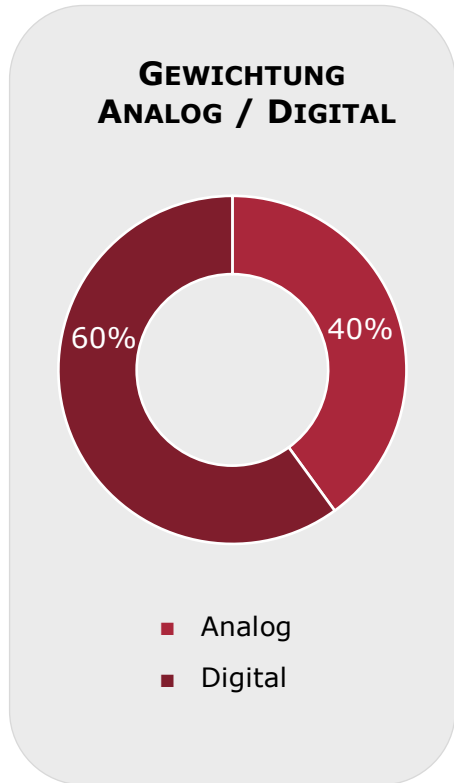
## 2. Relevanz des Internets zur Informationsbeschaffung



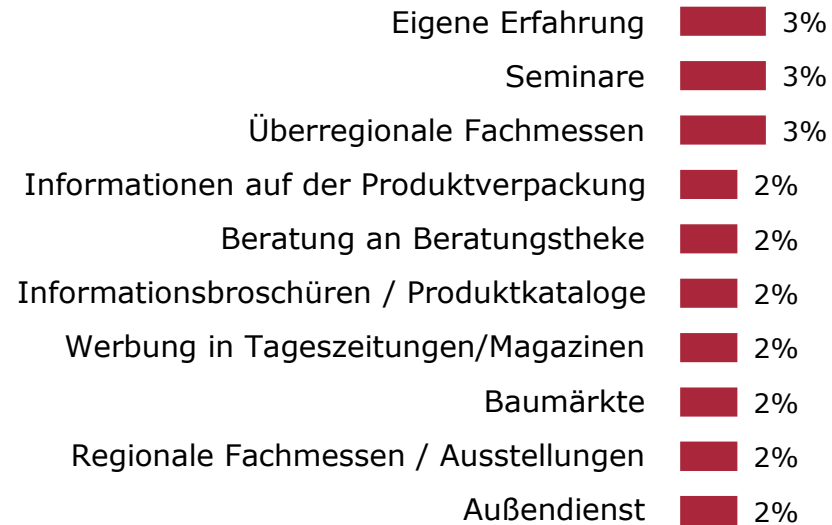
Basis: Alle Befragten

87% der befragten Handwerker halten das Internet für wichtig bzw. sehr wichtig, wenn sie Informationen beschaffen wollen.

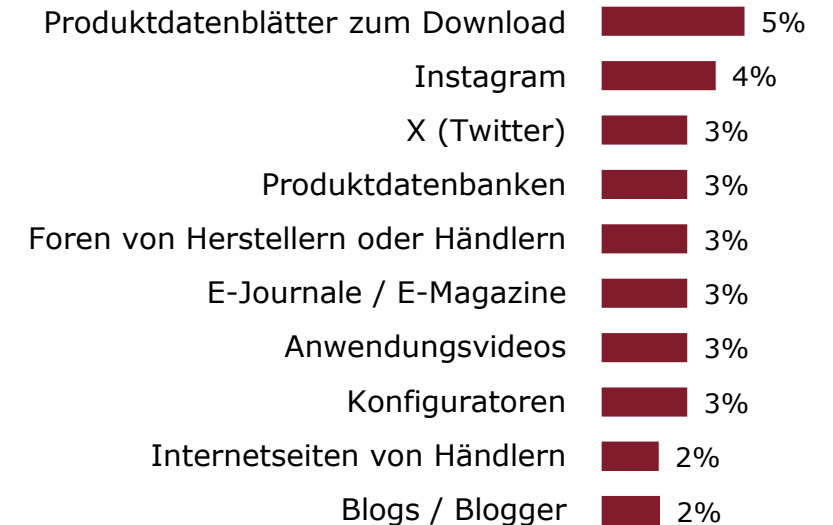
### 3. Touchpoint-Optimierung der Kundenansprache



**i OFFLINE  
TOP 10**



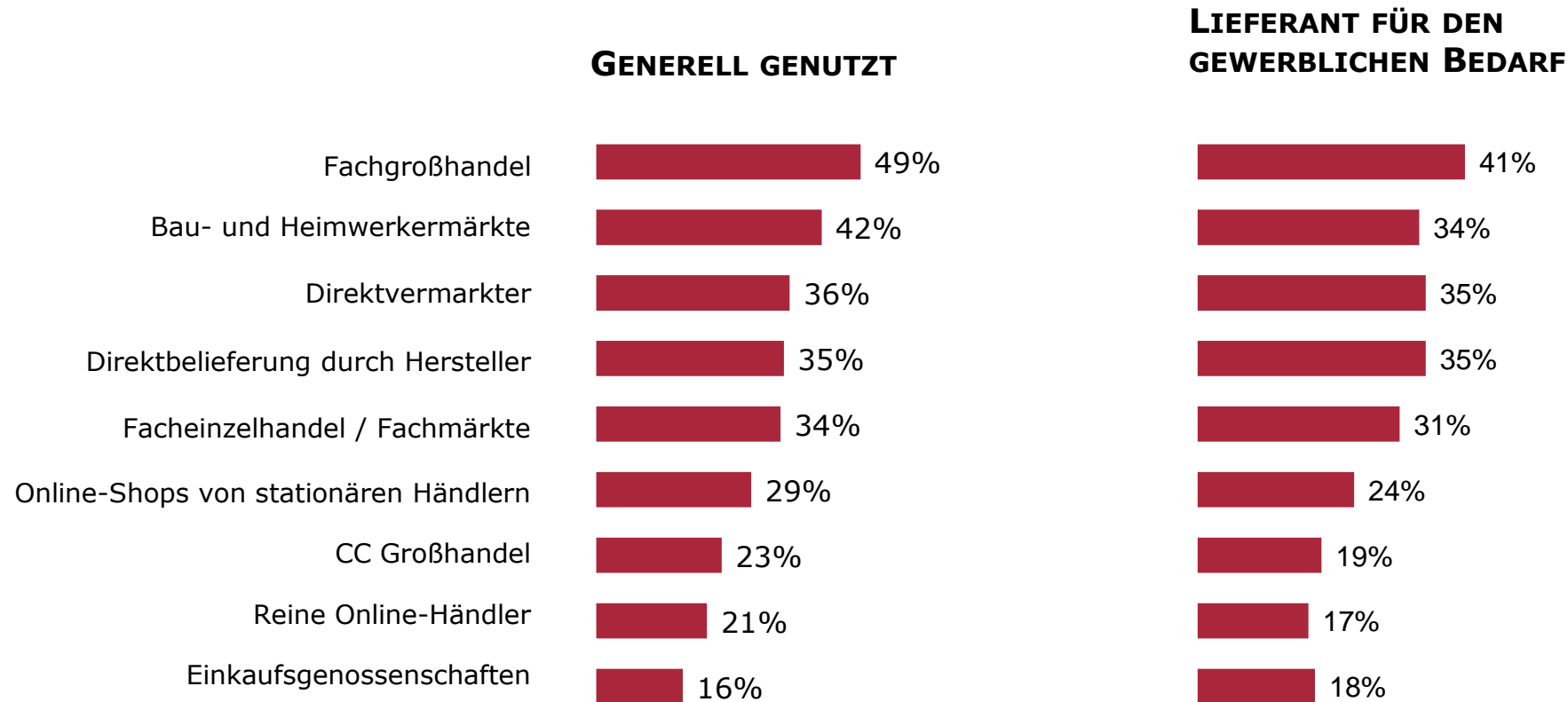
**🌐 ONLINE  
TOP 10**



Basis: Alle Befragten

Generell ist bei Handwerkern die eigene Erfahrung, Seminare und überregionale Fachmessen wichtig. Bei den Online-Touchpoints sind Produktdatenblätter (Download) wichtig, gefolgt von Instagram.

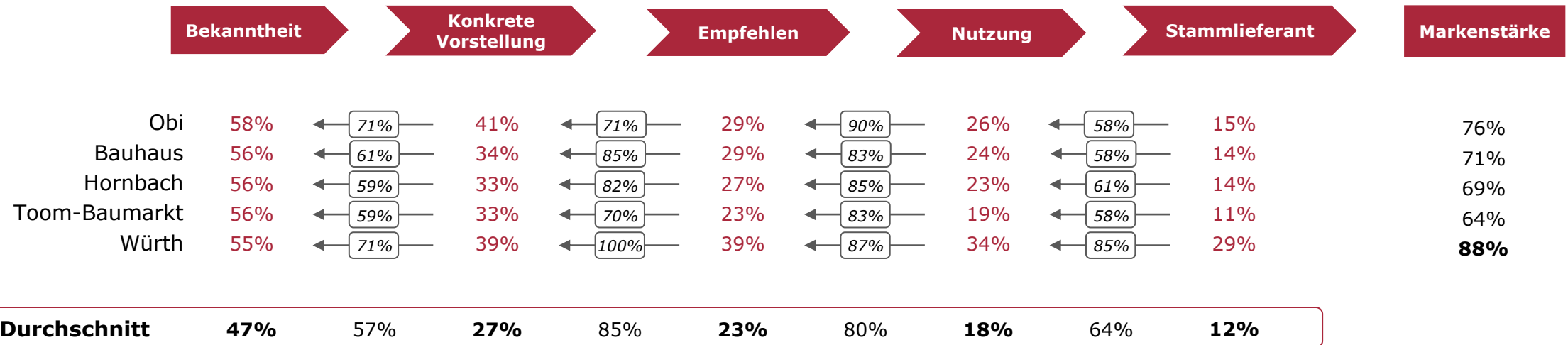
## 4. Bezugsquellen für den gewerblichen Bedarf



Basis: Alle Befragten; Mehrfachnennungen möglich

Der Fachgroßhandel sowie die Bau- und Heimwerkermärkte haben derzeit die größten Reichweiten. Als Lieferanten werden der Fachgroßhandel, die Direktvermarkter und Direktbelieferung bevorzugt frequentiert.

## 5. Markenkaufrichter und Markenstärke (Top 5)

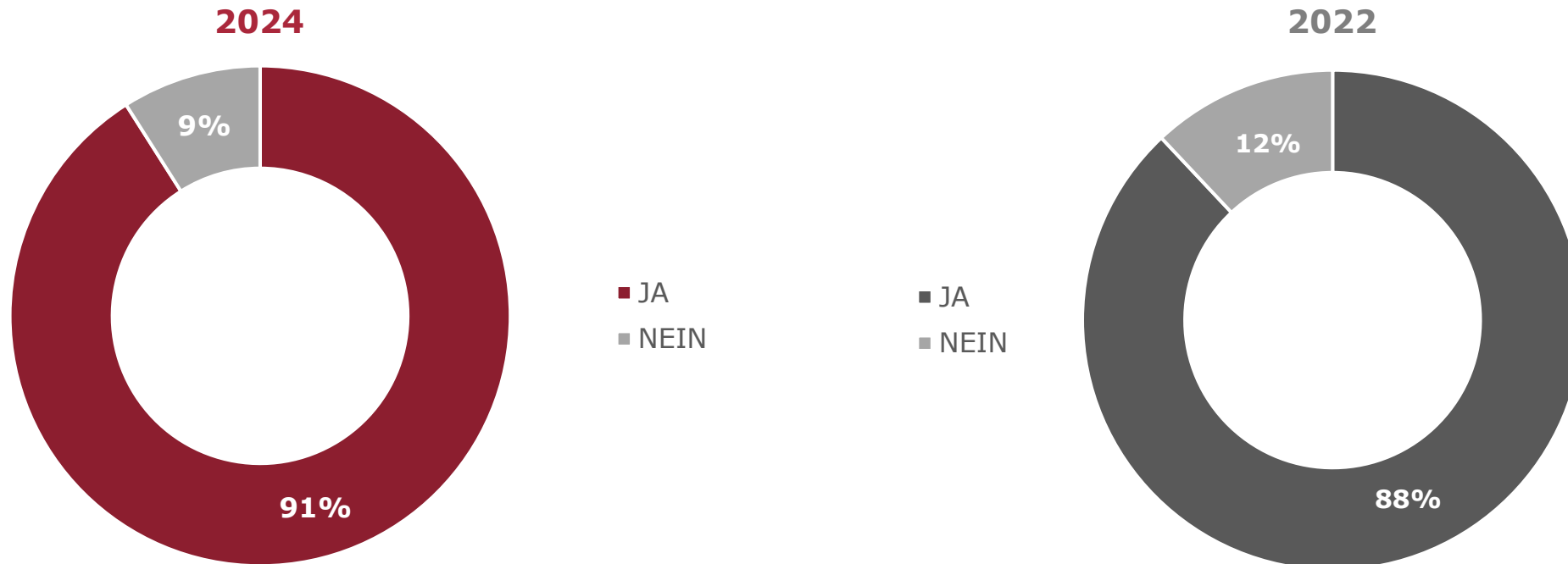


Basis: Alle Befragten

Die großen Baumarktketten realisieren gute Anteile als Stammlieferanten. Die höchste Quote erreicht hierbei Würth, dicht gefolgt von Hilti, Obi und Bauhaus.



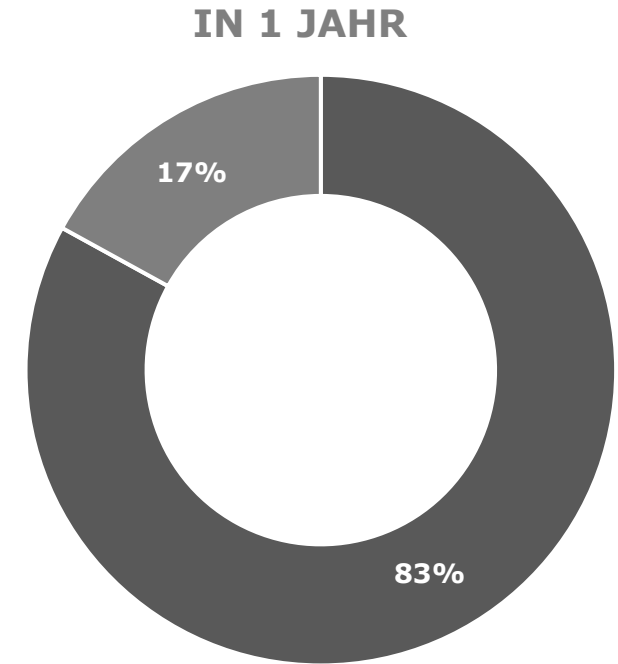
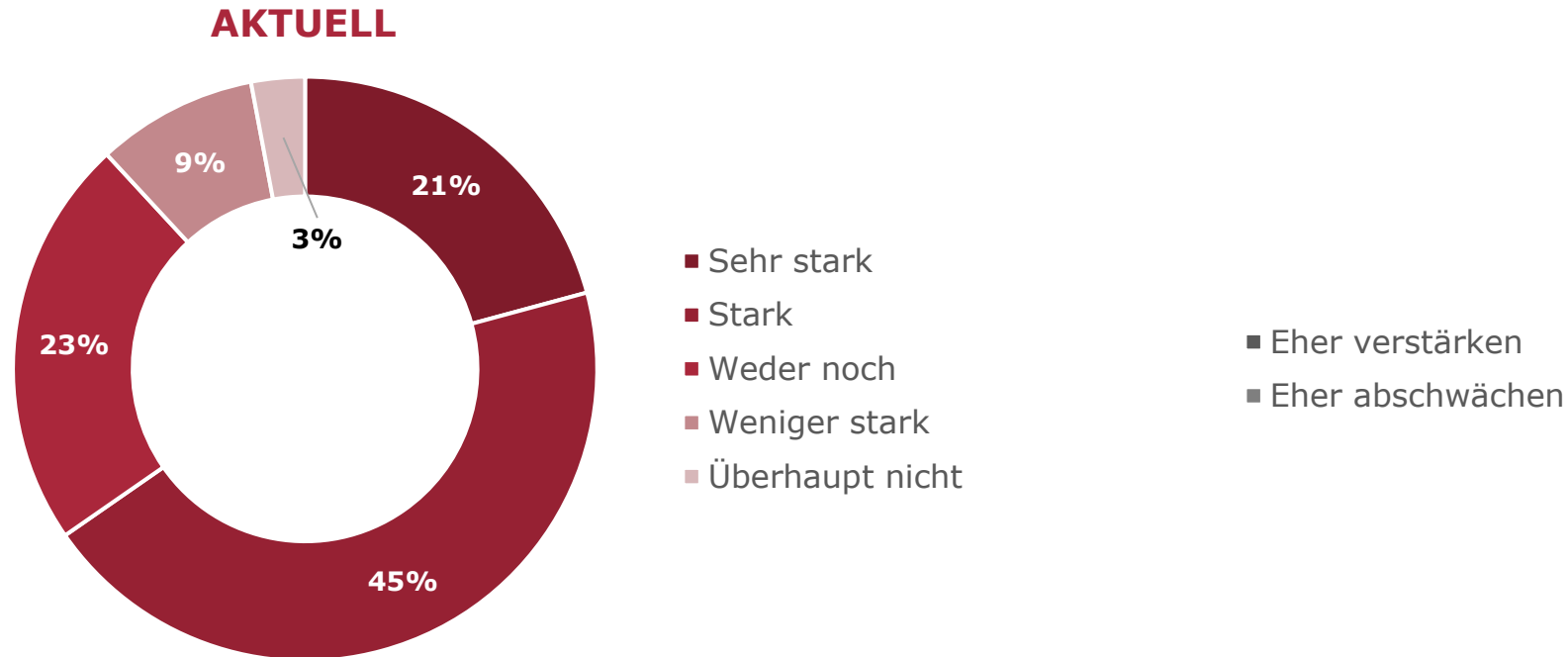
## 6. Services: Nutzung von Herstellerwebseiten



Basis: Alle Befragten

Herstellerwebseiten werden noch stärker genutzt als 2022.

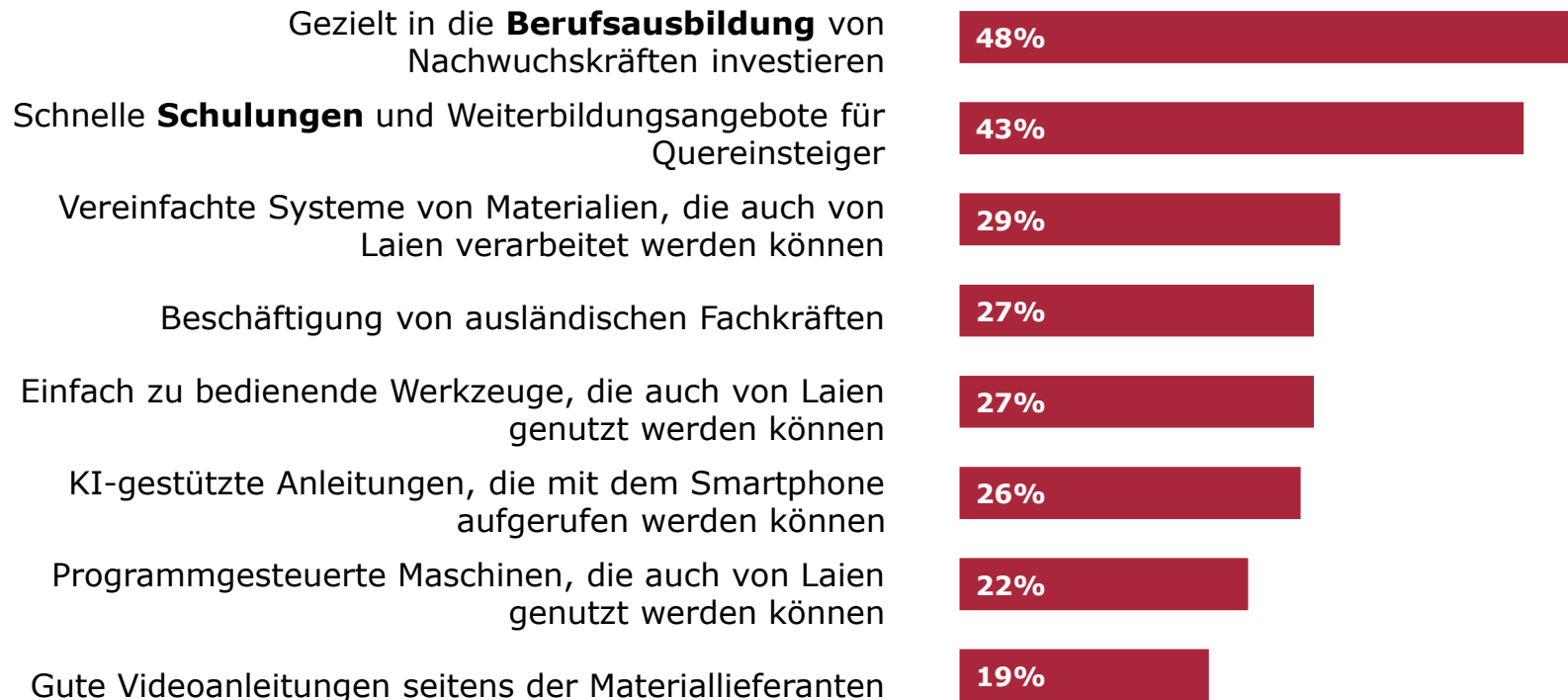
## 7. Auswirkungen des Fachkräftemangels



Basis: Alle Befragten

Die Auswirkungen des Fachkräftemangels werden aktuell überwiegend als sehr stark oder stark eingeschätzt. In einem Jahr erwarten 83%, dass sich der Fachkräftemangel verstärken wird.

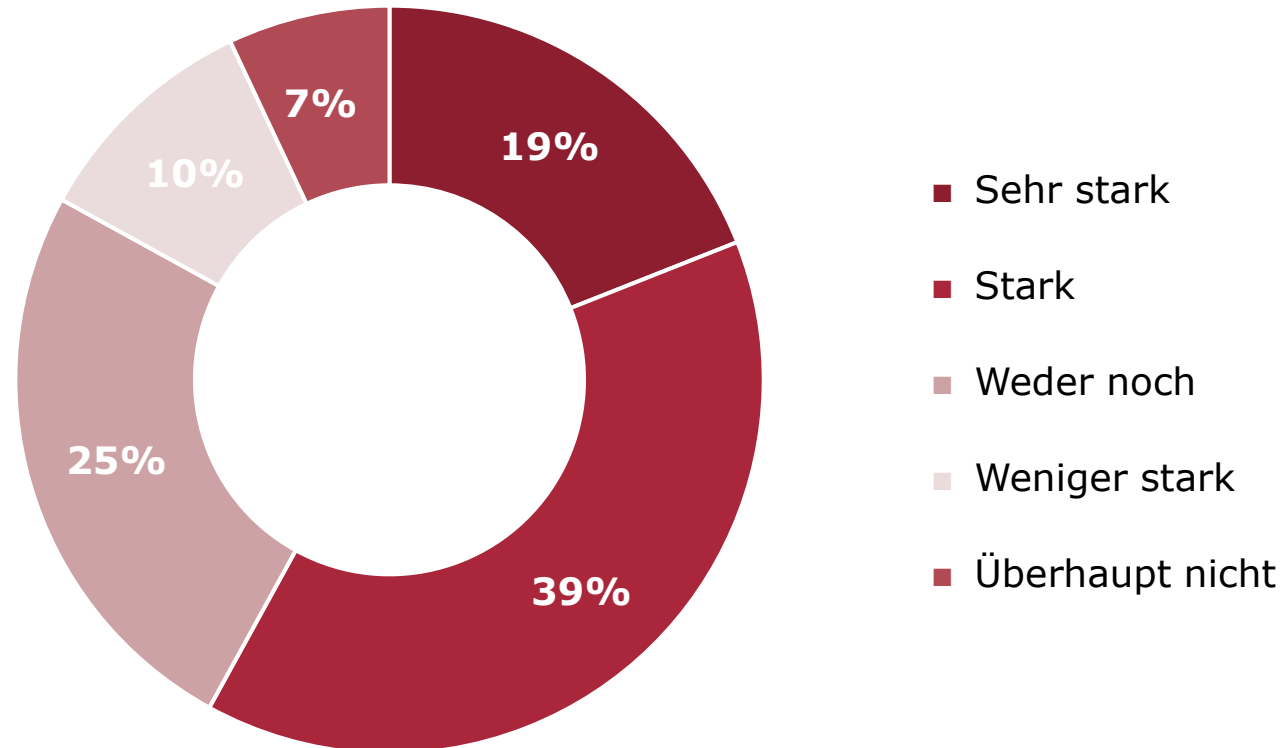
## 7. Auswirkungen des Fachkräftemangels: Möglichkeiten zur Abmilderung des Fachkräftemangels



Basis: Alle Befragten; Mehrfachnennungen möglich

**Maßnahmen zur Qualifikation stehen im Vordergrund!**

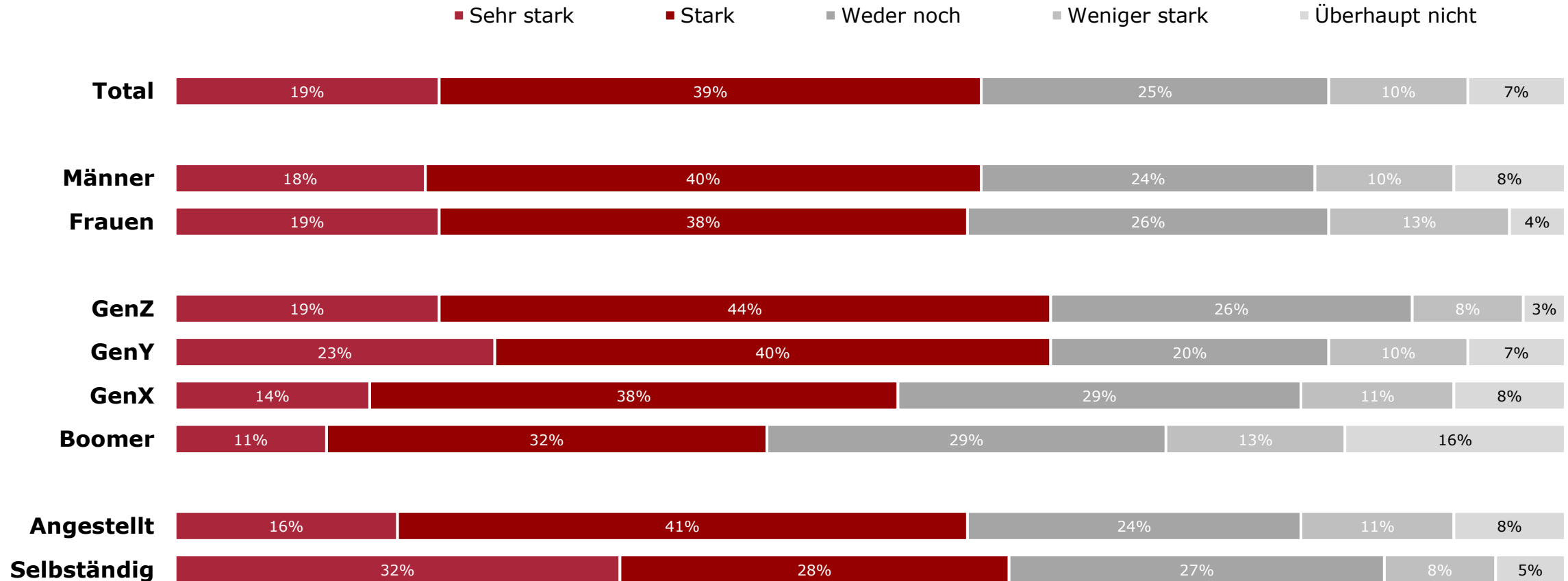
## 8. Einsatz von KI im Handwerk: Interesse am Thema KI



Basis: Alle Befragten

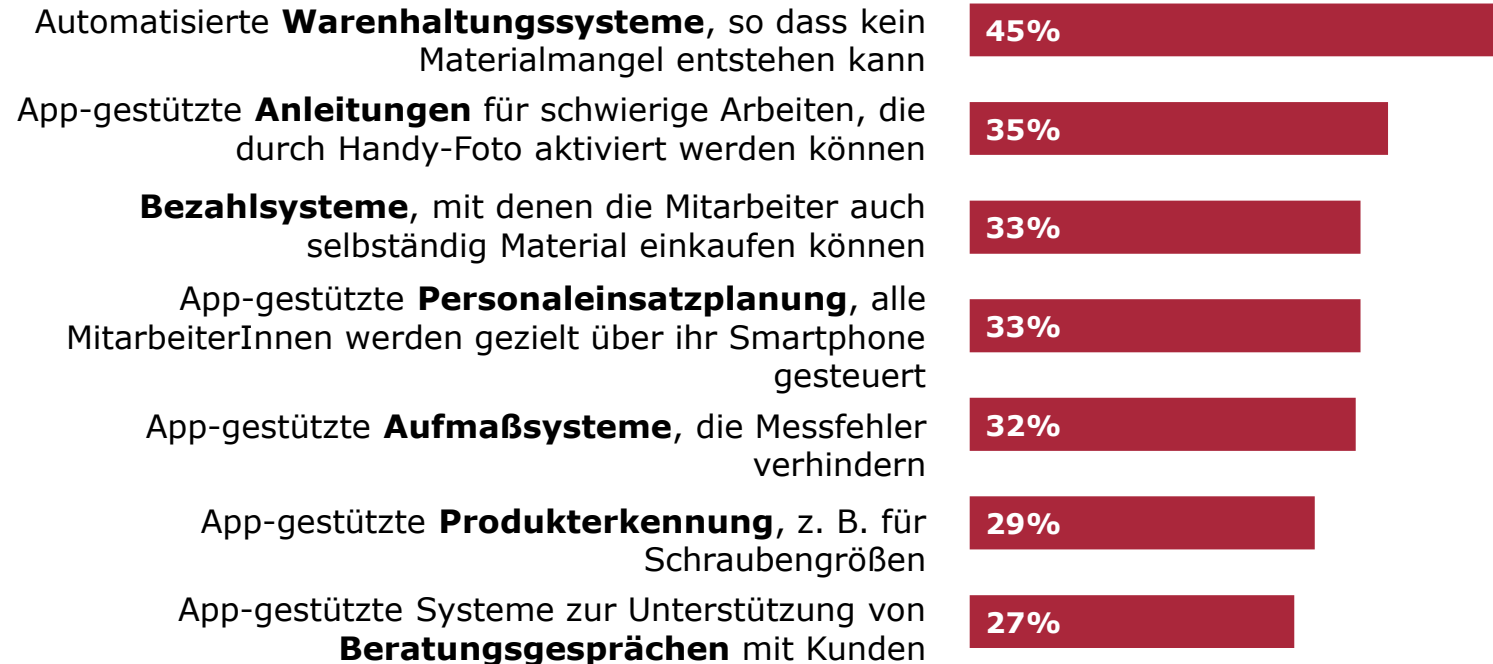
**Mehr als die Hälfte** der Befragten geben an, sehr stark oder stark am Thema KI interessiert zu sein.

## 8. Einsatz von KI im Handwerk: Interesse am Thema KI



Basis: Alle Befragten

## 8. Einsatz von KI im Handwerk: Attraktive KI-Lösungen für den Handwerksbetrieb



Basis: Alle Befragten; Mehrfachnennungen möglich

Als attraktive KI-Lösungen werden besonders automatisierte Warenhaltungssysteme gesehen sowie App-gestützte Anleitungen.



## ANXO Handwerkerstudie – Ihr Nutzen

---

- Aktuelle Bestandsaufnahme mit belastbaren Zahlen
- Ausführliche Markteinschätzungen aus Expertensicht
- Übersichtliche und aussagekräftige Darstellung der Ergebnisse
- Kausalbeziehungen für die Ansprache der Zielgruppen und die Imageausprägungen für den Markterfolg
- Unser Support bei der Interpretation der Ergebnisse

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**



**Dr. Ottmar Franzen**

Dipl.-Kaufmann,  
Associated Partner

Mobil: +49 171 669 7166

[ottmar.franzen@anxo-consulting.com](mailto:ottmar.franzen@anxo-consulting.com)

[Dr. Ottmar Franzen | Associated Partner | ANXO Management Consulting](#)



**Ralf Strehlau**

Dipl.-Kaufmann,  
Geschäftsführender Gesellschafter

Mobile: +49 171 74 17 968

[ralf.strehlau@anxo-consulting.com](mailto:ralf.strehlau@anxo-consulting.com)

[Ralf Strehlau | Geschäftsführender Gesellschafter | ANXO Management Consulting \(anxo-consulting.com\)](#)

[https://de.wikipedia.org/wiki/Ralf\\_Strehlau](https://de.wikipedia.org/wiki/Ralf_Strehlau)

**ANXO MANAGEMENT CONSULTING GMBH**

Bolungarostraße 103  
65929 Frankfurt am Main

Tel: +49 (0) 6192 402 69 0

[info@anxo-consulting.com](mailto:info@anxo-consulting.com)