



Digitalisierung des Handwerks

Bitkom-Studie 2025

Digitalisierung des Handwerks

Bitkom-Studie 2025

Bitkom-Dataverse

Diese und weitere Bitkom-Studien finden Sie in unserem Datenportal.



Wichtigste Erkenntnisse

Wie digital ist das deutsche Handwerk im Jahr 2025? Dieser Studienbericht fasst die Sichtweisen und Erfahrungen von Handwerksunternehmen zur digitalen Transformation zusammen. Untersucht wird, welche digitalen Technologien zum Einsatz kommen, wo Chancen und Hemmnisse liegen und wie Digitalisierung den Arbeitsalltag verändert. Dabei geht es um Themen wie IT-Sicherheit, digitale Kundenkommunikation, smarte Technologien, Aus- und Weiterbildung sowie veränderte Anforderungen im Wettbewerb. Außerdem beleuchtet die Studie die Erwartungen an Künstliche Intelligenz und digitale Services im direkten Kundenkontakt.

Befragt wurden 504 Handwerksunternehmen in Deutschland, von kleinen Betrieben bis hin zu größeren Handwerksfirmen. Die Ergebnisse basieren auf einer telefonischen, repräsentativ gewichteten Erhebung aus dem Jahr 2025.

Die Schlaglichter der Studie:

- **Digitalisierung wird mehrheitlich als Chance gesehen**
89 Prozent der Handwerksunternehmen bewerten die Digitalisierung positiv, nur 6 Prozent sehen sie als Risiko.
- **Hohe Relevanz digitaler Services**
85 Prozent der Betriebe bieten mindestens einen digitalen Service an, am häufigsten den digitalen Angebots- oder Rechnungsversand.
- **Fachkräftemangel und fehlende Digitalkompetenz**
76 Prozent geben an, dass ihre Mitarbeitenden mehr Digitalkompetenz benötigen, gleichzeitig sehen 75 Prozent den Fachkräftemangel als zentrales Problem.
- **Einsatz digitaler Technologien bleibt punktuell**
Zwar nutzen viele Betriebe Cloud-Lösungen (56 Prozent) oder smarte Software (17 Prozent), komplexere Technologien wie Drohnen (3 Prozent) oder VR/AR (4 Prozent) sind jedoch nur selten im Einsatz.
- **Kundinnen- und Kundenbeziehungen verändern sich deutlich**
89 Prozent beobachten, dass Kunden deutlich preissensibler geworden sind, 87 Prozent erwarten individuelle Angebote und schnelle Erreichbarkeit.
- **Digitale Sichtbarkeit wird aktiv ausgebaut**
94 Prozent der Handwerksbetriebe nutzen eine eigene Website, 88 Prozent setzen auf Online-Verzeichnisse.
- **BIM-Software ist kaum verbreitet**
Nur 18 Prozent der Betriebe im Bau- und Ausbaugewerbe setzen bereits BIM ein, 63 Prozent haben sich damit noch gar nicht oder nicht ausreichend beschäftigt. 13 Prozent planen den Einsatz von BIM.
- **Auszubildende als digitale Unterstützung**
54 Prozent der ausbildenden Betriebe geben an, bei der Digitalisierung vom Wissen und den Fähigkeiten ihrer Auszubildenden zu profitieren. 80 Prozent nutzen digitale Kanäle, um gezielt Nachwuchs anzusprechen.

Inhalt

Wichtigste Erkenntnisse	3
1 Das Handwerk im digitalen Wandel	7
1.1 Allgemeine Herausforderungen	7
1.2 Digitalisierung im Handwerk	8
2 Kundenbeziehungen & Digitale Präsenz	10
2.1 Online-Präsenz	10
2.2 Das Handwerk auf Social Media	11
2.3 Digitale Kommunikation im Handwerksbetrieb	12
2.4 Kundenbeziehungen im Wandel	13
3 Digitale Services	15
3.1 Digitale Serviceangebote	15
3.2 Nutzen digitaler Anwendungen im Handwerk	16
4 Digitale Technologien im Betrieb	18
4.1 Digitale Anwendungen	18
4.2 BIM im Handwerk	19
4.3 BIM aus Sicht der Bauunternehmen	20
5 Digitalisierung & das Geschäft	22
5.1 Einsatz von Künstlicher Intelligenz	22
5.2 Auswirkungen der Digitalisierung	23
5.3 Azubi-Recruiting	24
5.3 Digitalkompetenzen und Weiterbildung im Betrieb	25
6 IT-Sicherheit im Betrieb	27
6.1 Cyberangriffe	27
6.2 Notfallmanagement	28
7 Der Blick nach vorn: Digitalisiertes Handwerk	30
7.1 Sorgen im digitalen Wandel	30
7.2 Hürden für die Digitalisierung im Handwerk	31
8 Fazit	32
9 Methodik	33

Abbildungen

1	Abbildung 1: Zentrale Herausforderungen in Handwerksbetrieben in Deutschland	7
2	Abbildung 2: Bewertung und Einschätzung der Digitalisierung durch Handwerksunternehmen	8
3	Abbildung 3: Genutzte digitale Maßnahmen zur Online-Sichtbarkeit von Handwerksunternehmen	10
4	Abbildung 4: Genutzte soziale Netzwerke durch Handwerksunternehmen	11
5	Abbildung 5: Genutzte Kommunikationskanäle in Handwerksunternehmen für interne und externe Zwecke	12
6	Abbildung 6: Wahrgenommene Veränderungen der Kundenbeziehungen durch die Digitalisierung im Handwerk	13
7	Abbildung 7: Digitale Serviceangebote von Handwerksunternehmen für Kundinnen und Kunden	15
8	Abbildung 8: Wahrgenommene Vorteile digitaler Anwendungen im Handwerk	16
9	Abbildung 9: Einsatz und Relevanz digitaler Technologien im Handwerk	18
10	Abbildung 10: Einsatz und Planungsstand von BIM-Software im Bau- und Ausbaugewerbe	19
11	Abbildung 11: Bewertung der BIM-Nutzung durch Unternehmen aus dem Bau- und Ausbaugewerbe	20
12	Abbildung 12: Einschätzungen und aktueller Stand zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen	22
13	Abbildung 13: Einschätzungen der Unternehmen zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf ihr Geschäft	23
14	Abbildung 14: Nutzung digitaler Anwendungen in Ausbildungsbetrieben zur Ansprache, Einbindung und Bindung von Auszubildenden	24
15	Abbildung 15: Einschätzungen der Unternehmen zum Weiterbildungsbedarf und zur Bedeutung digitaler Kompetenzen bei Mitarbeitenden	25
16	Abbildung 16: Einschätzungen der Unternehmen zur Betroffenheit von Cyberangriffen in den letzten zwölf Monaten	27
17	Abbildung 17: Verfügbarkeit eines geregelten Notfallmanagements bei Cyberangriffen und wahrgenommener Stellenwert der IT-Sicherheit	28
18	Abbildung 18: Einschätzungen von Unternehmen zur Digitalisierung im Handwerk mit Blick auf die Zukunft	30
19	Abbildung 19: Zentrale Hemmnisse der Digitalisierung im Handwerk	31

1 Das Handwerk im digitalen Wandel

1 Das Handwerk im digitalen Wandel

1.1 Allgemeine Herausforderungen

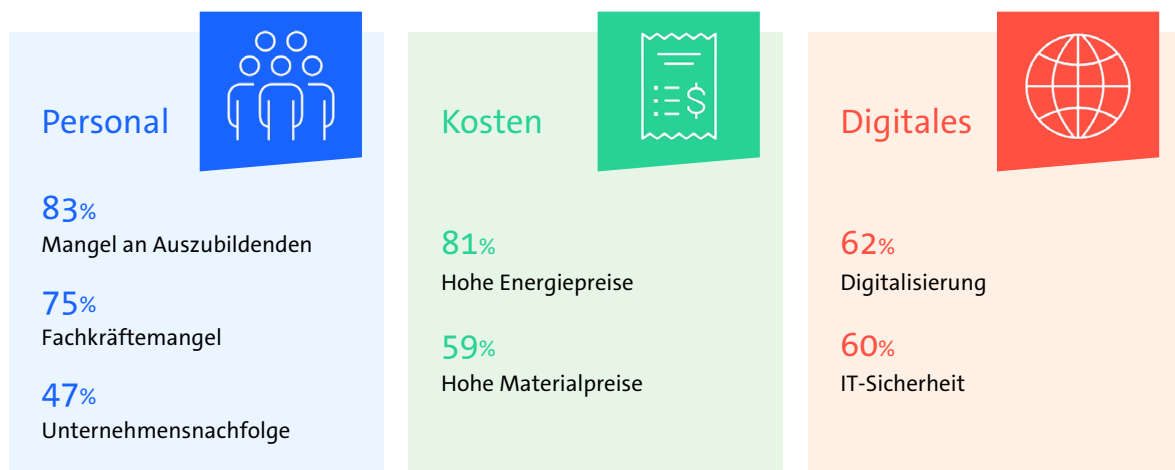
Für viele Handwerksunternehmen in Deutschland stellt die Digitalisierung eine zentrale Herausforderung dar. 62 Prozent der Betriebe sehen hier konkreten Handlungsbedarf. Auch die IT-Sicherheit bereitet mit 60 Prozent der Unternehmen erhebliche Sorgen. Digitale Themen gehören damit weiterhin zu den drängendsten Aufgaben im Handwerk.

Daneben spielen Personalfragen eine große Rolle: Ein Mangel an Auszubildenden betrifft ganze 83 Prozent der Handwerksbetriebe, 75 Prozent kämpfen mit Fachkräftemangel. Zudem nennen 47 Prozent die Unternehmensnachfolge als aktuelles Problem. Auch steigende Kosten belasten die Branche. Hohe

Energiepreise stellen für 81 Prozent der Unternehmen eine Herausforderung dar, während 59 Prozent mit hohen Materialpreisen zu kämpfen haben.

Insgesamt zeigt sich, dass das Handwerk in Deutschland vor allem durch Personal, Kosten und Digitales herausgefordert wird.

Welche Themen stellen derzeit eine besondere Herausforderung für Ihr Unternehmen dar?

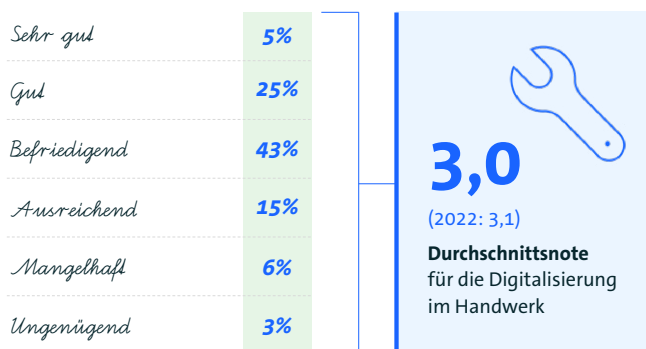


Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

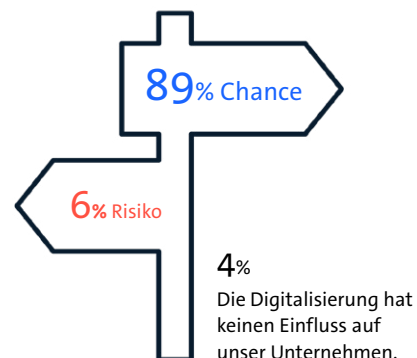
Abbildung 1: Zentrale Herausforderungen in Handwerksbetrieben in Deutschland

1.2 Digitalisierung im Handwerk

Wie würden Sie die Digitalisierung Ihres Unternehmens auf einer Schulnoten-Skala beurteilen?



Sehen Sie die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Risiko für Ihr Unternehmen?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | links: nicht dargestellt: »Weiß nicht/keine Angabe« | rechts: Prozentwerte für »Weit überwiegend als Chance« und »Eher als Chance« sowie »Weit überwiegend als Risiko« und »Eher als Risiko«, nicht dargestellt: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 2: Bewertung und Einschätzung der Digitalisierung durch Handwerksunternehmen

Die Handwerksunternehmen in Deutschland bewerten die Digitalisierung in ihrem Betrieb derzeit mit der Durchschnittsnote 3,0

Die Digitalisierung wird von Handwerksunternehmen überwiegend als Chance wahrgenommen: 89 Prozent der Betriebe sehen darin Potenzial für ihr Unternehmen. Nur 6 Prozent betrachten sie eher als Risiko, weitere 4 Prozent geben an, dass Digitalisierung für ihr Unternehmen gar keinen Einfluss habe.

Trotz dieser positiven Grundhaltung fällt die Selbsteinschätzung zurückhaltend aus: Auf einer Schulnotenskala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) vergeben die Unternehmen im Schnitt die Note 3,0 – eine minimale Verbesserung gegenüber dem Vorjahr (2022: 3,1). Die meisten Betriebe sehen ihre Digitalisierung nur als »befriedigend« (43 Prozent) oder »gut« (25 Prozent) an. Nur 5

Prozent bewerten sie mit »sehr gut«, während 6 Prozent »mangelhaft« und 3 Prozent »ungenügend« angeben.

Eine genauere Betrachtung zeigt, dass größere Betriebe ihre digitale Entwicklung deutlich besser einschätzen. Während Unternehmen mit bis zu 4 Beschäftigten im Schnitt bei der Note 3,2 bleiben, erreichen Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten im Jahr 2025 bereits eine Bewertung von 2,1. [↗ mehr hierzu im Bitkom-Dataverse.](#)

Die Chancen der Digitalisierung werden also erkannt, doch die praktische Umsetzung verläuft je nach Betriebsgröße unterschiedlich, mit deutlich besseren Bewertungen in größeren Handwerksunternehmen.

2 Kundenbeziehungen & Digitale Präsenz

2 Kundenbeziehungen & Digitale Präsenz

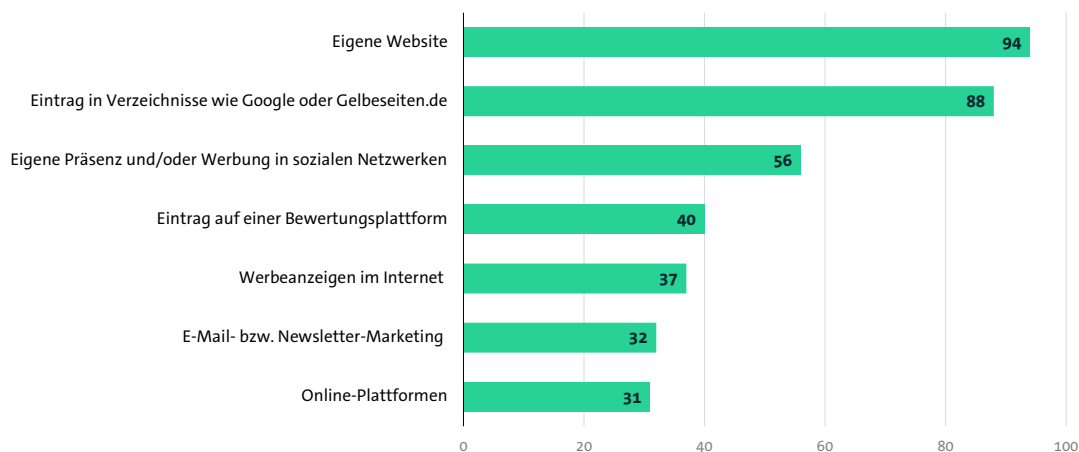
2.1 Online-Präsenz

Die große Mehrheit der Handwerksunternehmen setzt inzwischen auf digitale Maßnahmen, um online sichtbar zu sein und neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Am häufigsten genannt wird hier eine eigene Website (94 Prozent der Betriebe). Ebenfalls weit verbreitet sind Einträge in Online-Verzeichnisse wie Google oder Gelbseiten.de (88 Prozent). Mehr als die Hälfte der Unternehmen (56 Prozent) ist zudem auf Social-Media präsent oder schaltet dort Werbung.

Weitere genutzte Maßnahmen sind Einträge auf Bewertungsplattformen (40 Prozent), Internetanzeigen (37 Prozent), E-Mail- oder Newsletter-Marketing (32 Prozent) sowie Online-Plattformen (31 Prozent).

Ein Handwerksbetrieb auf Social Media ist längst keine Seltenheit mehr, viele zeigen inzwischen mit Fotos, Reels und Stories, was sie können: **56 Prozent** der Handwerksunternehmen in Deutschland setzen auf eigene Social-Media-Präsenz oder schalten dort Werbung. Damit ist soziale Netzwerkarbeit heute fester Bestandteil der Kundenansprache im Handwerk.

Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie, um im Internet auf Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen aufmerksam zu machen?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 3: Genutzte digitale Maßnahmen zur Online-Sichtbarkeit von Handwerksunternehmen

2.2 Das Handwerk auf Social Media

Schaut man sich im Detail an, welche sozialen Netzwerke Handwerksbetriebe konkret nutzen, zeigt sich: Der regionale Bezug spielt eine zentrale Rolle. Mit 65 Prozent ist die Teilnahme an lokalen Communities (etwa von Städten oder Regionen) der am häufigsten genutzte Kanal. Auf Platz zwei folgt Facebook mit 57 Prozent, das sich offenbar weiterhin als besonders geeignet für die Kommunikation mit einer breiten Zielgruppe erweist.

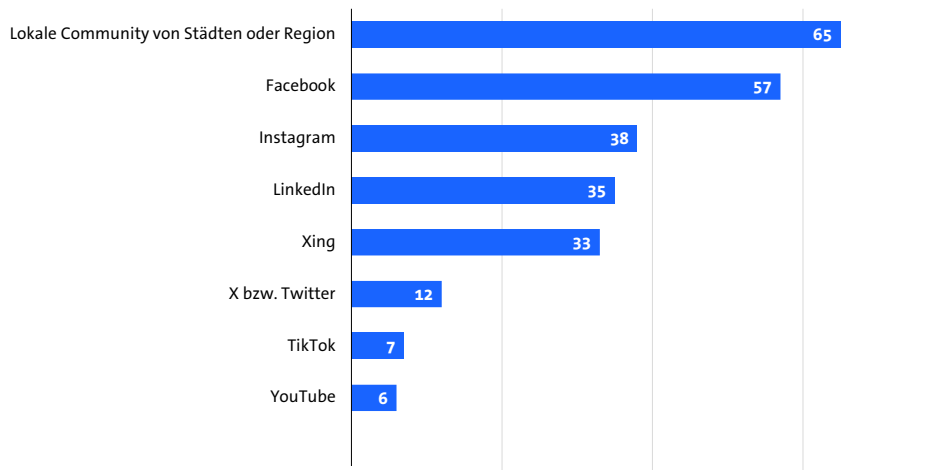
Auch stark visuelle Plattformen wie Instagram (38 Prozent) gewinnen an Bedeutung, insbesondere zur Darstellung von Projekten, Materialien und Arbeitsabläufen. Berufliche Netzwerke wie LinkedIn (35 Prozent) und Xing (33 Prozent) werden ebenfalls genutzt.

Weniger verbreitet sind dagegen textbasierte Plattformen wie Twitter bzw. X (12 Prozent). Auch TikTok (7 Prozent) und YouTube (6 Prozent) werden seltener genutzt.

Insgesamt zeigt sich: Das Handwerk ist digital aktiv – vor allem dort, wo Nähe zur Zielgruppe, Sichtbarkeit im direkten Umfeld und niedrighschwellige Ansprache möglich sind.

Ein regionaler Fokus in Kombination mit visuellen Formaten wie Facebook und Instagram prägt aktuell die digitale Kommunikationsstrategie vieler Handwerksbetriebe.

Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie, um auf Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen aufmerksam zu machen?



Basis: Unternehmen, die soziale Netzwerke nutzen | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 4: Genutzte soziale Netzwerke durch Handwerksunternehmen

2.3 Digitale Kommunikation im Handwerksbetrieb

Digitale Kommunikation ist im Handwerk heute Alltag – in jedem Betrieb. Alle befragten Unternehmen geben an, E-Mail, Smartphone und Festnetztelefon zu nutzen.

Am häufigsten genutzt werden Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Telegram, 62 Prozent der Betriebe setzen sie zur internen oder externen Kommunikation ein. Auch klassische Kurznachrichtendienste wie SMS (46 Prozent) sowie Apps auf Smartphones oder Tablets (45 Prozent) sind verbreitet. Online-Meetings oder Videotelefonie kommen bei 36 Prozent der Unternehmen zum Einsatz.

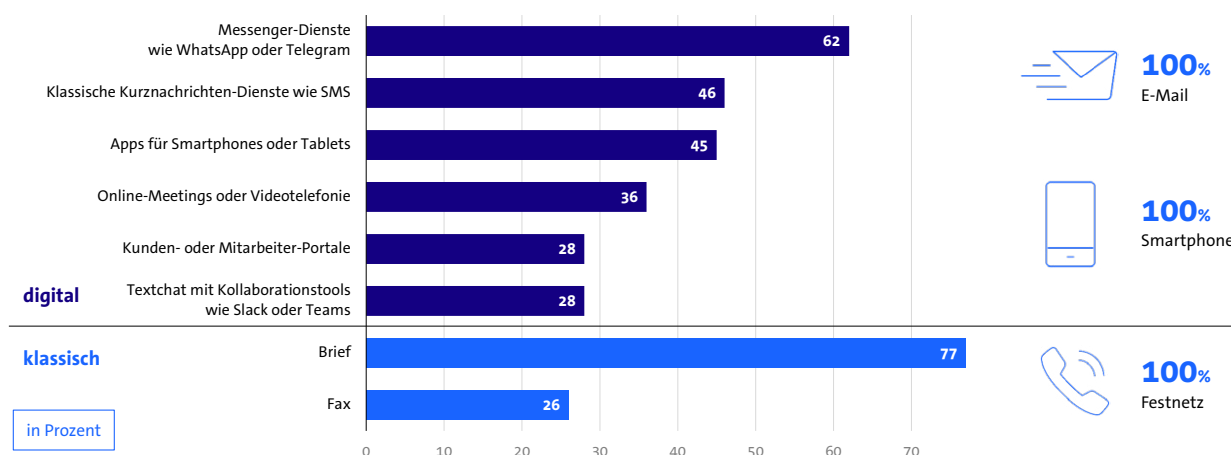
Jeder vierte Betrieb nutzt Kunden- oder Mitarbeiterportale (28 Prozent) oder textbasierten Austausch über Kollaborationstools wie Slack oder Microsoft Teams (ebenfalls 28 Prozent) – ein Zeichen dafür, dass auch strukturierte digitale Zusammenarbeit zunehmend im Handwerk Einzug hält.

Daneben bleiben klassische Kommunikationsmittel relevant: 77 Prozent nutzen weiterhin den Brief, 26 Prozent setzen sogar noch auf das Fax.

Digitale und analoge Kommunikationskanäle bestehen also nebeneinander, mit einer zunehmenden Tendenz hin zur digitalen Ergänzung.

Die Kommunikationsrealität im Handwerk ist vielfältig und längst digital geworden: Messenger, Videocalls und digitale Portale ergänzen heute selbstverständlich Telefon und E-Mail – in jedem Betrieb.

Wie häufig kommen derzeit die folgenden Kommunikationskanäle für die interne oder externe Kommunikation in Ihrem Unternehmen zum Einsatz?

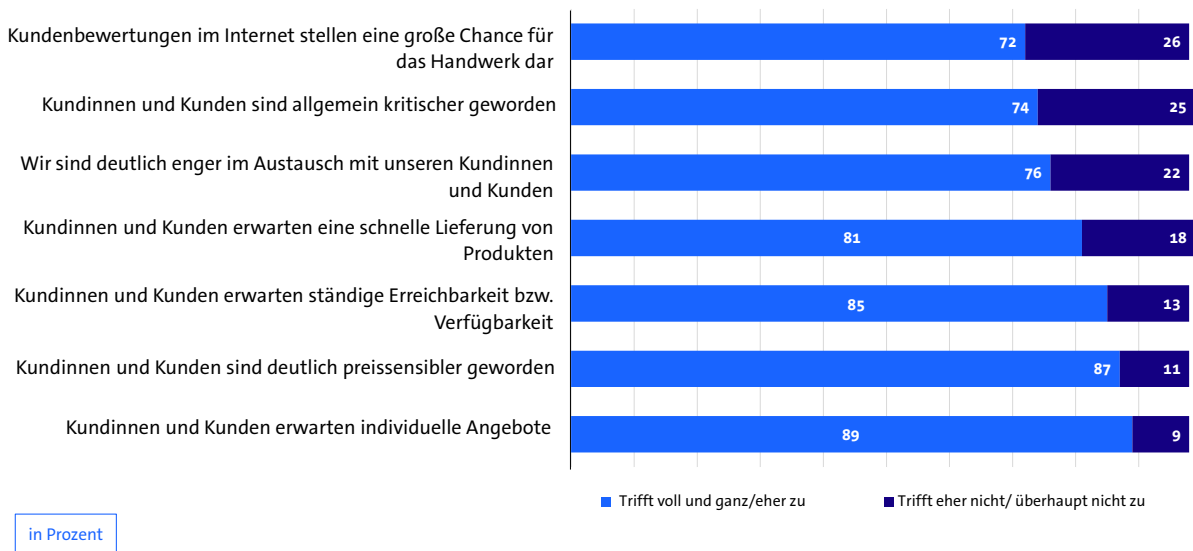


Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Prozentwerte für »Häufig« und »Gelegentlich« | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 5: Genutzte Kommunikationskanäle in Handwerksunternehmen für interne und externe Zwecke

2.4 Kundenbeziehungen im Wandel

Wie haben sich die Kundenbeziehungen im Zuge der Digitalisierung verändert?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Nicht dargestellt: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 6: Wahrgenommene Veränderungen der Kundenbeziehungen durch die Digitalisierung im Handwerk

Digitalisierung macht Kundinnen und Kunden anspruchsvoller

Die Digitalisierung hat deutliche Spuren in den Kundenbeziehungen des Handwerks hinterlassen. Besonders stark nehmen Betriebe veränderte Erwartungen wahr: 89 Prozent der Unternehmen berichten, dass Kundinnen und Kunden zunehmend individuelle Angebote erwarten. Gleichzeitig beobachten 87 Prozent eine deutlich höhere Preissensibilität. Auch die Anforderungen an Erreichbarkeit haben zugenommen: 85 Prozent der Betriebe sehen einen klaren Wunsch nach ständiger Verfügbarkeit.

Eine schnelle Lieferung von Produkten wird ebenfalls häufiger eingefordert (81 Prozent). 76 Prozent der Unternehmen erleben zudem einen deutlich engeren Austausch mit der Kundschaft – digitale Kanäle wie E-Mail, Messenger oder Online-Portale dürften diesen Kontakt

erleichtert haben. Parallel dazu stellen 74 Prozent fest, dass Kundinnen und Kunden kritischer geworden sind.

Neben diesen Herausforderungen erkennen viele Betriebe auch klare Chancen: 72 Prozent sehen in Online-Kundenbewertungen eine große Möglichkeit, neue Aufträge zu gewinnen und Vertrauen aufzubauen.

Die Beziehung zwischen Handwerk und Kundschaft ist laut den befragten Betrieben also durch die Digitalisierung intensiver, dynamischer – und zugleich deutlich anspruchsvoller geworden.

3 Digitale Services

3 Digitale Services

3.1 Digitale Serviceangebote

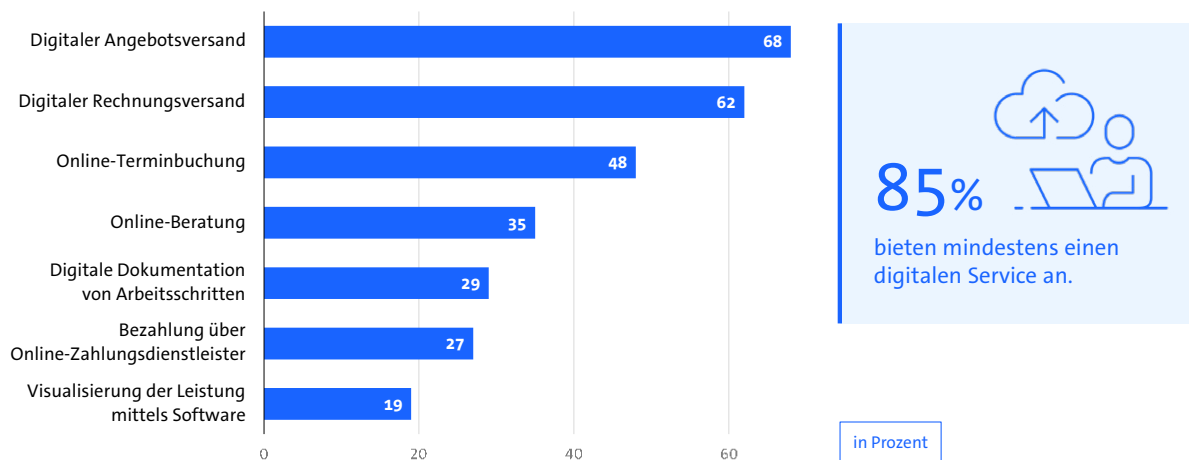
Die große Mehrheit der Handwerksbetriebe bietet ihren Kundinnen und Kunden inzwischen digitale Services an. Insgesamt 85 Prozent der Unternehmen nutzen mindestens eine digitale Leistung zur Unterstützung oder Abwicklung von Kundenprozessen.

Am häufigsten kommen der digitale Angebotsversand (68 Prozent) sowie der digitale Rechnungsversand (62 Prozent) zum Einsatz. Auch Online-Terminbuchungen (48 Prozent) und Online-Beratungen (35 Prozent) gehören zunehmend zum digitalen Kundenservice.

Rund ein Drittel der Betriebe stellt digitale Dokumentationen von Arbeitsschritten bereit (29 Prozent), während 27 Prozent Online-Zahlungsdienste nutzen. Die Visualisierung von Leistungen mithilfe spezieller Software wird aktuell von 19 Prozent der Unternehmen angeboten.

Digitale Services sind im Handwerk längst kein Nischenphänomen mehr. Nur ein Achtel der Betriebe verzichtet vollständig darauf. Die große Mehrheit geht aktiv auf digitale Erwartungen der Kundschaft ein: mit Online-Terminbuchungen, papierlosem Angebot und moderner Bezahlung. Kundennähe wird also zunehmend digital.

Welche der folgenden digitalen Services bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden an?

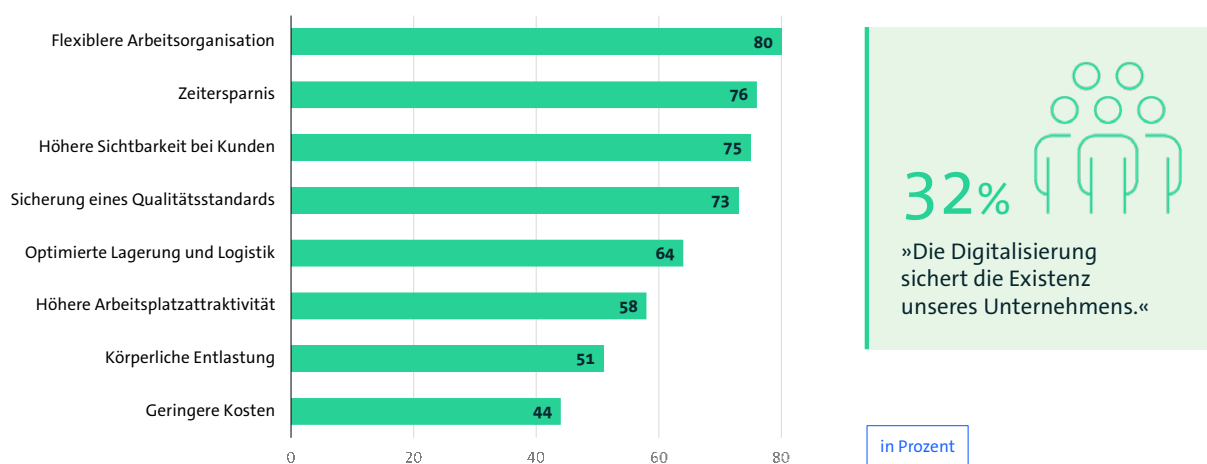


Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 7: Digitale Serviceangebote von Handwerksunternehmen für Kundinnen und Kunden

3.2 Nutzen digitaler Anwendungen im Handwerk

Was sind die wichtigsten Vorteile von digitalen Anwendungen im Handwerk?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Häufigste Nennungen, Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 8: Wahrgenommene Vorteile digitaler Anwendungen im Handwerk

Vorteile für Organisation, Leistung und Beschäftigte: Digitalisierung macht Arbeitsprozesse im Handwerk leichter

Handwerksunternehmen sehen in digitalen Anwendungen vor allem praktische Vorteile für die tägliche Arbeit. An erster Stelle steht mit 80 Prozent die Möglichkeit, Arbeitsorganisation flexibler zu gestalten. Auch die höhere Sichtbarkeit bei Kundinnen und Kunden (75 Prozent) sowie Zeitersparnis (76 Prozent) werden häufig genannt.

Weitere häufig genannte Vorteile sind die Sicherung eines Qualitätsstandards (73 Prozent) sowie optimierte Lagerung und Logistik (64 Prozent). Körperliche Entlastung wird von 51 Prozent der Befragten genannt.

Auffällig ist zudem ein deutlicher Stimmungswandel bei der Frage nach der Bedeutung der Digitalisierung: Während im Jahr 2022 noch 55 Prozent der Betriebe angaben, dass die Digitalisierung die Existenz ihres Unternehmens sichere, sind es aktuell nur noch 32 Prozent [mehr hierzu im Bitkom-Dataverse](#).

Viele Vorteile digitaler Anwendungen werden also hoch eingeschätzt – besonders dort, wo sie Arbeitsabläufe vereinfachen und die Sichtbarkeit erhöhen. Gleichzeitig sinkt jedoch die Zahl derer, die Digitalisierung als existenzsichernd einstufen.

4 Digitale Technologien im Betrieb

4 Digitale Technologien im Betrieb

4.1 Digitale Anwendungen

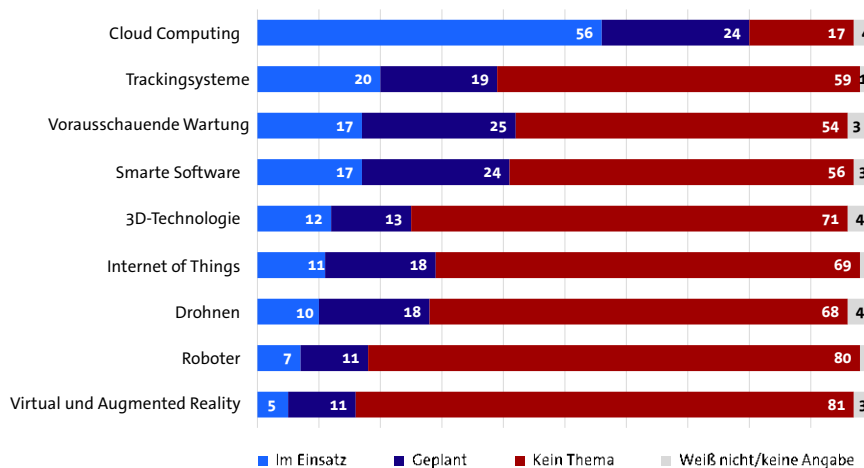
Für viele Handwerksbetriebe sind spezialisierte digitale Anwendungen weiterhin kein Thema – nicht aus Ablehnung, sondern weil häufig der Überblick fehlt: 58 Prozent der Befragten geben an, nicht zu wissen, was technisch alles möglich ist.

Tatsächlich wird nur Cloud Computing von einer Mehrheit genutzt (56 Prozent). Alle anderen Anwendungen wie Trackingsysteme (20 Prozent), smarte Software (17 Prozent), 3D-Technologien (12 Prozent) oder Virtual/Augmented Reality (5 Prozent) kommen nur selten zum Einsatz.

Bei vielen Technologien liegt der Anteil der Betriebe, die sie als »kein Thema« einstufen, bei über 50 Prozent.

Im Vergleich zu 2022 zeigt sich außerdem: Der Stand digitaler Anwendungen bleibt weitgehend unverändert und das Potenzial digitaler Technologien wird bislang nur vereinzelt ausgeschöpft [mehr hierzu im Bitkom-Dataverse](#).

Welche dieser digitalen Anwendungen setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein?



58%

»Wir haben **keinen Überblick** darüber, was es alles gibt und möglich ist.«

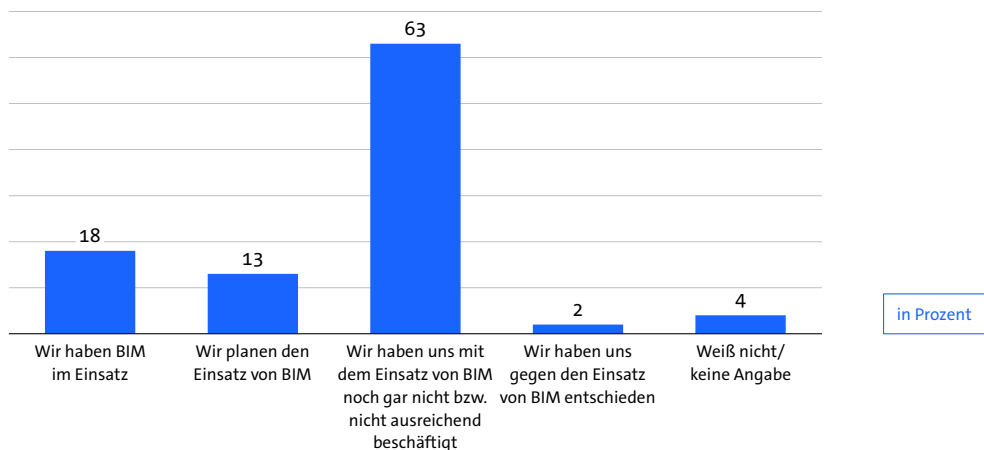
in Prozent

Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 9: Einsatz und Relevanz digitaler Technologien im Handwerk

4.2 BIM im Handwerk

Haben Sie in Ihrem Unternehmen eine BIM-Software im Einsatz oder planen Sie den Einsatz einer solchen?



Basis: Unternehmen aus dem Bau- und Ausbaugewerbe (n=504) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 10: Einsatz und Planungsstand von BIM-Software im Bau- und Ausbaugewerbe

Building Information Modeling? Noch kein Standard im Handwerk

BIM steht für »Building Information Modeling«, eine digitale Methode zur vernetzten Planung, Ausführung und Bewirtschaftung von Bauprojekten. Grundlage ist ein intelligentes, digitales Gebäudemodell, das alle relevanten Daten integriert und allen Beteiligten zur Verfügung steht.

Im Handwerk ist BIM bislang kaum verbreitet: Nur 18 Prozent der befragten Betriebe im Bau- und Ausbaugewerbe setzen eine solche Software ein, weitere 13 Prozent planen den Einsatz. Die überwiegende Mehrheit (63 Prozent) hat sich mit dem Thema noch gar nicht oder nicht ausreichend beschäftigt.

Lediglich 2 Prozent der Unternehmen haben sich bewusst gegen BIM entschieden, während 4 Prozent keine Angaben

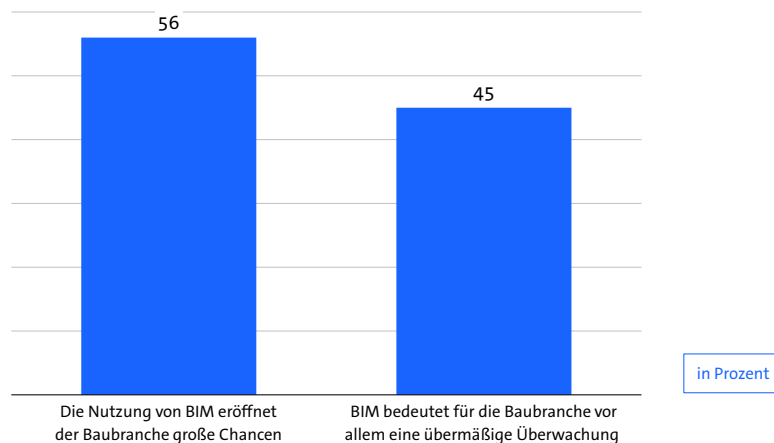
machen. Die Ergebnisse zeigen: Nicht mangelnde Akzeptanz, sondern fehlende Informationen oder Kompetenzen sind die größten Hürden. BIM bietet klare Potenziale – doch viele Handwerksbetriebe stehen noch ganz am Anfang.

»Die deutsche Baubranche muss beim Einsatz von BIM dringend aufholen. Momentan werden Vorteile wie eine gesteigerte Effizienz, Kostenersparnisse, Fehlervermeidung und die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen einfach liegen gelassen.«¹

¹ Nastassja Hoffmann, Expertin für Handwerk und Bauwesen beim Bitkom
[Bitkom-Pressinformation](#)

4.3 BIM aus Sicht der Bauunternehmen

Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Ihr Unternehmen zu?



Basis: Unternehmen aus dem Bau- und Ausbaugewerbe (n=504) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 11: Bewertung der BIM-Nutzung durch Unternehmen aus dem Bau- und Ausbaugewerbe

Mehr als jedes zweite Unternehmen aus dem Bau- und Ausbaugewerbe sieht in der Nutzung von Building Information Modeling (BIM) jedoch auch große Chancen für die Branche: Insgesamt 56 Prozent der befragten Unternehmen stimmen dieser Aussage zu.

Gleichzeitig äußert auch ein erheblicher Anteil von 45 Prozent Bedenken und sieht in BIM vor allem eine Form übermäßiger Überwachung.

Die Einschätzungen zur BIM-Nutzung fallen innerhalb der Branche differenziert aus, die geringe Nutzung ist vor allem aber auch durch eine mangelnde Auseinandersetzung auf Unternehmensseite bedingt: Knapp zwei Drittel geben an, sich bisher nicht ausreichend oder sogar noch gar nicht mit BIM beschäftigt zu haben (63 Prozent).

»Bauunternehmen müssen jetzt klare Strategien zur BIM-Einführung im Neubau entwickeln. Langfristig liegt der Schlüssel jedoch vor allem darin, **digitale Zwillinge** auch bei bereits bestehenden Gebäuden zum **Standard zu machen.**«¹

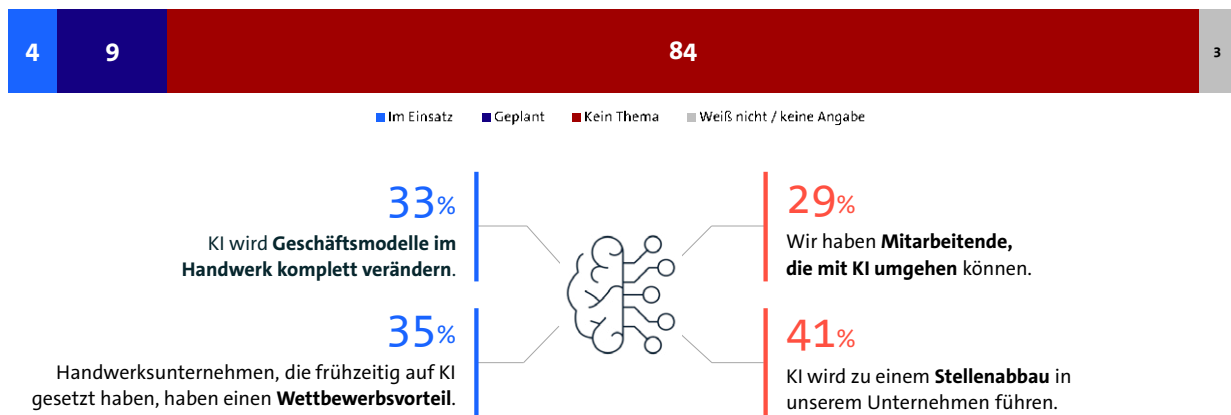
1 Nastassja Hoffmann, Expertin für Handwerk und Bauwesen beim Bitkom
[Bitkom-Pressinformation](#)

5 Digitalisierung und das Geschäft

5 Digitalisierung und das Geschäft

5.1 Einsatz von Künstlicher Intelligenz

Setzen Sie in Ihrem Unternehmen bereits KI ein? Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum **Einsatz von KI** auf Ihr Unternehmen bzw. Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 12: Einschätzungen und aktueller Stand zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen

Trotz der Tatsache, dass 85 Prozent der Unternehmen KI derzeit nicht als Thema sehen, rechnet rund ein Drittel dennoch mit erheblichen Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und die Wettbewerbsfähigkeit.

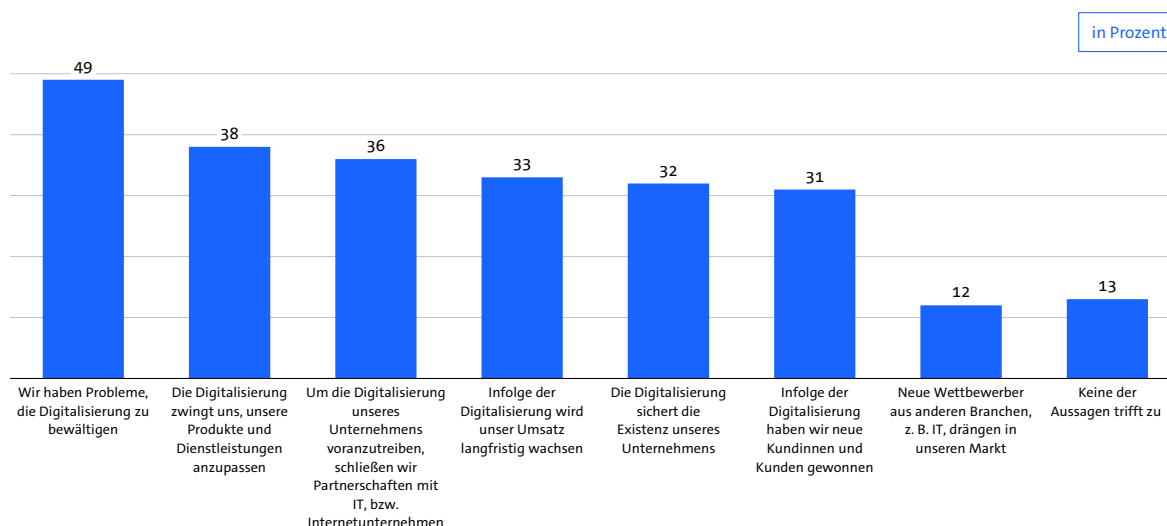
Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) spielt bei der Mehrheit der befragten Unternehmen derzeit eine sehr geringe Rolle: 84 Prozent geben an, dass KI in ihrem Betrieb kein Thema ist.

Lediglich 4 Prozent nutzen bereits KI, 9 Prozent planen den Einsatz.

Gleichzeitig zeigen die Einschätzungen zum Potenzial von KI ein gemischtes Bild: 35 Prozent der Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass frühe KI-Nutzung einen Wettbewerbsvorteil verschafft. 33 Prozent sehen in KI das Potenzial, Geschäftsmodelle im Handwerk grundlegend zu verändern. 41 Prozent erwarten durch den KI-Einsatz einen Stellenabbau. Und nur 29 Prozent geben an, über Mitarbeitende zu verfügen, die mit KI umgehen können.

5.2 Auswirkungen der Digitalisierung

Jetzt geht es um den Einfluss der Digitalisierung auf Ihr Geschäft. Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihr Unternehmen zu?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Mehrfachnennungen möglich | Nicht dargestellt: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 13: Einschätzungen der Unternehmen zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf ihr Geschäft

Knapp die Hälfte der Unternehmen (49 Prozent) gibt an, Schwierigkeiten bei der Bewältigung der Digitalisierung zu haben.

Für viele Betriebe bringt die digitale Transformation außerdem konkreten Handlungsbedarf mit sich: 38 Prozent sehen sich gezwungen, ihre Produkte und Dienstleistungen anzupassen, 36 Prozent treiben die Digitalisierung durch Partnerschaften mit IT- oder Internetunternehmen voran.

Neben diesen Herausforderungen erkennen viele Unternehmen auch Chancen: 33 Prozent erwarten langfristiges Umsatzwachstum durch Digitalisierung, 32 Prozent sehen darin sogar eine Sicherung der Unternehmens-Existenz. 31 Prozent berichten von der Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden infolge digitaler Maßnahmen.

Digitalisierung wirkt direkt auf das Geschäftsmodell und stellt viele Unternehmen vor tiefgreifende Veränderungen. **Fast jedes zweite Unternehmen (49 Prozent) hat Schwierigkeiten, die Digitalisierung zu bewältigen.**

Weniger häufig genannt werden neue Wettbewerber aus anderen Branchen (12 Prozent). 13 Prozent der Unternehmen geben an, dass keine der Aussagen auf sie zutrifft.

5.3 Azubi-Recruiting

Welche dieser digitalen Anwendungen setzen Sie in Ihrem Unternehmen ein?



Basis: Unternehmen, die ausbilden (n=203) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 14: Nutzung digitaler Anwendungen in Ausbildungsbetrieben zur Ansprache, Einbindung und Bindung von Auszubildenden

Acht von zehn Ausbildungsbetrieben (80 Prozent) nutzen bereits aktiv digitale Kanäle, um potenzielle Auszubildende anzusprechen. Damit ist dieser Bereich die am weitesten verbreitete digitale Maßnahme in der Ausbildungspraxis.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) profitiert darüber hinaus im Rahmen der Digitalisierung vom Wissen und den Fähigkeiten ihrer Auszubildenden. Dies unterstreicht die Rolle junger Nachwuchskräfte als Treiber des digitalen Wandels im Betrieb.

Etwas weniger verbreitet ist der gezielte Einsatz digitaler Technologien zur Attraktivitätssteigerung von Ausbildungsplätzen. Diesen Weg gehen aktuell 44 Prozent der ausbildenden Unternehmen.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 Prozent) profitiert im Rahmen der Digitalisierung vom Wissen und den Fähigkeiten ihrer Auszubildenden. Das zeigt: Junge Nachwuchskräfte bringen nicht nur frische Perspektiven mit, sondern geben auch digitales Wissen weiter.

5.3 Digitalkompetenzen und Weiterbildung im Betrieb

Welche der folgenden Aussagen zu Mitarbeitenden treffen auf Ihr Unternehmen zu?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 15: Einschätzungen der Unternehmen zum Weiterbildungsbedarf und zur Bedeutung digitaler Kompetenzen bei Mitarbeitenden

Die große Mehrheit der Unternehmen (76 Prozent) sieht bei ihren Mitarbeitenden einen steigenden Bedarf an Digitalkompetenz, ein Anstieg um 20 Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2022.

43 Prozent investieren gezielt in die Fort- und Weiterbildung für die digitale Arbeitswelt. Dabei setzen 38 Prozent auf Online-Plattformen und digitale Systeme, um Schulungsinhalte zu vermitteln.

Auch zeigt sich, dass digitale Technologien nicht nur für die Qualifikation, sondern auch für die Wettbewerbsfähigkeit entscheidend sind: 54 Prozent der Unternehmen befürchten, ohne den Einsatz solcher Technologien im Wettbewerb um Fachkräfte ins Hintertreffen zu geraten.

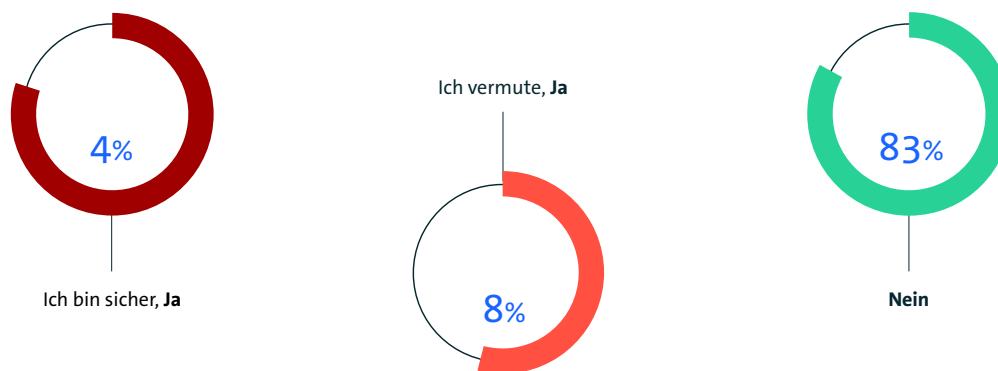
Digitalkompetenzen: viel Bedarf, wenig Weiterbildung. Drei von vier Unternehmen (76 Prozent) sehen bei ihren Mitarbeitenden einen wachsenden Bedarf an digitalen Fähigkeiten. Doch nur 43 Prozent investieren gezielt in Fort- und Weiterbildungen für die digitale Arbeitswelt.

6 IT-Sicherheit im Betrieb

6 IT-Sicherheit im Betrieb

6.1 Cyberangriffe

War Ihr Unternehmen in den vergangenen 12 Monaten Ziel von Cyberangriffen, etwa Angriffen auf Passwörter, Phishing etc.?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Nicht dargestellt: »Weiß nicht/ k. A. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 16: Einschätzungen der Unternehmen zur Betroffenheit von Cyberangriffen in den letzten zwölf Monaten

Lediglich 4 Prozent berichten mit Sicherheit von einem Vorfall, weitere 8 Prozent vermuten, betroffen gewesen zu sein.

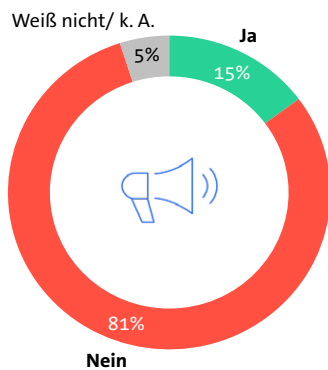
Die große Mehrheit der befragten Unternehmen (83 Prozent) war in den vergangenen zwölf Monaten nach eigener Aussage nicht das Ziel von Cyberangriffen wie etwa Phishing oder Passwort-Angriffen.

Während laut eigener Einschätzung nur 4 Prozent der Unternehmen sicher und weitere 8 Prozent vermutlich von Cyberangriffen betroffen waren, zeigen andere Erhebungen

des Bitkom zum [Wirtschaftsschutz in Deutschland](#) deutlich höhere Betroffenheitszahlen. Dort berichten regelmäßig über 80 Prozent der Unternehmen von konkreten Vorfällen, etwa durch Phishing, Schadsoftware oder andere digitale Angriffsformen.

6.2 Notfallmanagement

Verfügt Ihr Unternehmen über klar geregelte Abläufe und Maßnahmen, also ein **Notfallmanagement** für den Fall eines Cyberangriffs?



71% »IT-Sicherheit hat **einen großen Stellenwert** in unserem Unternehmen.«

Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 17: Verfügbarkeit eines geregelten Notfallmanagements bei Cyberangriffen und wahrgenommener Stellenwert der IT-Sicherheit

71 Prozent der befragten Unternehmen schreiben der IT-Sicherheit einen großen Stellenwert zu – dennoch fehlt es in der Praxis häufig an konkreten Vorkehrungen für den Ernstfall: Nur 15 Prozent der befragten Unternehmen verfügen über klar geregelte Abläufe und Maßnahmen für den Fall eines Cyberangriffs.

Die große Mehrheit (81 Prozent) hat bislang kein strukturiertes Notfallmanagement etabliert. Weitere 5 Prozent machen dazu keine Angabe.

Notfallmanagement hat im Handwerk oft geringe Priorität: Nur 15 Prozent der Betriebe verfügen über ein geregeltes Notfallmanagement für den Fall eines Cyberangriffs. Auffällig ist dies im Vergleich zur ↗ Bitkom-Umfrage zum Wirtschaftsschutz: Dort geben 59 Prozent der Unternehmen an, ein Notfallmanagement etabliert zu haben. Die deutlich niedrigere Quote von **15 Prozent** legt nahe, dass vor allem kleinere und handwerksnahe Betriebe Nachholbedarf haben.¹

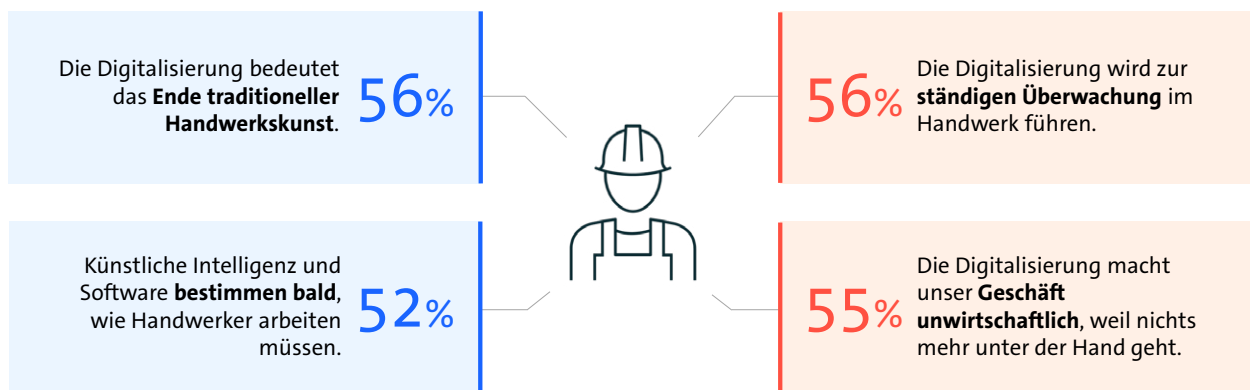
¹ Zu beachten ist: Die Vergleichsstudie bezieht sich überwiegend auf mittelständische und große Unternehmen.

7 Der Blick nach vorn: Digitalisiertes Handwerk

7 Der Blick nach vorn: Digitalisiertes Handwerk

7.1 Sorgen im digitalen Wandel

Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen mit Blick auf die Zukunft?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 18: Einschätzungen von Unternehmen zur Digitalisierung im Handwerk mit Blick auf die Zukunft

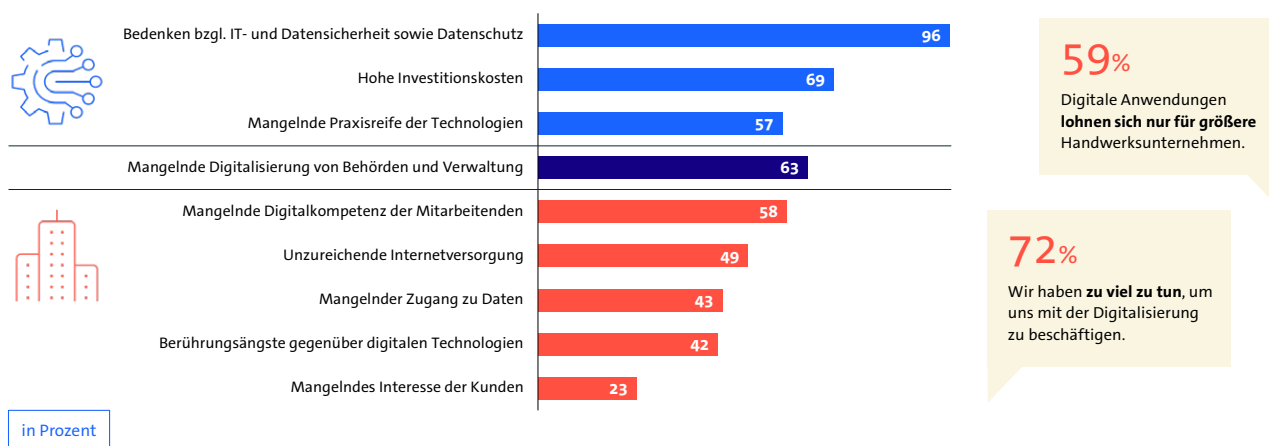
Trotz zunehmender Relevanz digitaler Technologien wird die digitale Transformation im Handwerk vielfach noch mit Unsicherheiten verbunden. Unternehmen äußern Bedenken hinsichtlich möglicher Kontrollverluste, wachsender Anforderungen und des Verlusts traditioneller Handwerkskunst. Gleichzeitig zeigt sich aber auch eine gewisse Ambivalenz, da die Digitalisierung von vielen Betrieben durchaus auch als Chance gesehen wird.

Rund 56 Prozent der Befragten teilen die Sorge, dass die Digitalisierung langfristig das Ende klassischer Handwerkskunst einläuten könnte. Ebenso viele verbinden mit ihr eine stärkere Überwachung und Kontrolle im Arbeitsalltag. Weitere 55 Prozent sehen die Gefahr, dass durch neue digitale Transparenz das Geschäft an Wirtschaftlichkeit verliert, etwa weil »nichts mehr unter der Hand« möglich sei.

Auch technologische Vorgaben durch Künstliche Intelligenz und Software stoßen auf Skepsis: 52 Prozent erwarten, dass diese künftig maßgeblich vorgeben werden, wie Handwerker arbeiten müssen.

7.2 Hürden für die Digitalisierung im Handwerk

Welche Hemmnisse bremsen Ihrer Meinung nach die Digitalisierung in der Handwerksbranche am stärksten?



Basis: Alle Unternehmen (n=504) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 19: Zentrale Hemmnisse der Digitalisierung im Handwerk

Die Digitalisierung im Handwerk wird durch zahlreiche Hemmnisse gebremst: Besonders stark ausgeprägt sind technische und rechtliche Bedenken: 96 Prozent der Unternehmen nennen Sorgen hinsichtlich IT- und Datensicherheit sowie Datenschutz als größtes Hindernis. Auch hohe Investitionskosten (69 Prozent) und die mangelnde Praxisreife der Technologien (57 Prozent) sind laut Befragung hemmend.

Ein weiteres zentrales Problem ist die unzureichende Digitalisierung von Behörden und Verwaltung, die 63 Prozent der Befragten als Hürde wahrnehmen. Gleichzeitig werden aber auch betriebsinterne Faktoren genannt: 58 Prozent der Unternehmen sehen eine mangelnde Digitalkompetenz ihrer Mitarbeitenden als hinderlich.

Weitere Barrieren sind zudem die unzureichende Internetversorgung (49 Prozent), der mangelnde Zugang zu Daten (43 Prozent) und Berührungssängste gegenüber digitalen Technologien (42 Prozent). Nur 23 Prozent beklagen ein geringes Interesse der Kunden. Zusätzlich geben 72 Prozent an, dass sie im Betriebsalltag zu stark ausgelastet seien, um sich intensiver mit Digitalisierung zu befassen. 59 Prozent sehen digitale Anwendungen nur für größere Betriebe als wirtschaftlich sinnvoll.

Fehlende Kapazitäten sind ein wesentlicher Grund für die verhaltene Digitalisierung des deutschen Handwerks: Knapp drei Viertel der Handwerksbetriebe haben nach eigenen Angaben schlichtweg zu viel zu tun, um sich mit der Digitalisierung zu beschäftigen (72 Prozent).

8 Fazit

Die Digitalisierung im deutschen Handwerk ist in vollem Gange, doch ihr Tempo ist uneinheitlich, und viele Betriebe stehen derzeit noch am Anfang. Zwar sehen **89 Prozent** der Handwerksunternehmen die Digitalisierung grundsätzlich als Chance, doch die eigenen Fortschritte werden oft weniger positiv bewertet. Im Durchschnitt geben sich die Betriebe für ihren Digitalisierungsstand nur die **Schulnote 3**, und **fast jeder zehnte Betrieb** stuft sich sogar als mangelhaft oder ungenügend ein.

Digitalisierungshemmnisse bestehen auf mehreren Ebenen: Technisch dominieren Bedenken rund um IT-Sicherheit und Datenschutz, die **96 Prozent** der Betriebe als zentrales Problem benennen. Hinzu kommen hohe Investitionskosten, mangelnde Praxistauglichkeit neuer Technologien und eine oft unzureichende digitale Infrastruktur, auch, wenn Letzteres angesichts des Netzausbaus zunehmend an Gewicht verlieren sollte. Gleichzeitig zeigen sich auch betriebsinterne Hürden: **76 Prozent** der Unternehmen sehen bei ihren Mitarbeitenden Nachholbedarf bei Digitalkompetenzen, doch nur **43 Prozent** investieren gezielt in entsprechende Weiterbildung.

Auch der Fachkräftemangel bleibt eine zentrale Herausforderung für das Handwerk. Zugleich bietet gerade hier die Digitalisierung neue Potenziale, nicht zuletzt im Ausbildungsbereich: **Über die Hälfte** der Betriebe profitiert bereits vom digitalen Wissen ihrer Auszubildenden, **80 Prozent** nutzen digitale Kanäle, um Nachwuchs gezielt anzusprechen. Digitale Sichtbarkeit, etwa über Websites oder Online-Verzeichnisse, ist nahezu flächendeckend etabliert. »Zur Gewinnung junger Talente führt für Handwerksbetriebe kein Weg an digitalen Medien vorbei«, sagt Dr. Bernhard Rohleder, Hauptgeschäftsführer des Bitkom [↗ Azubis machen Betriebe fit für die Digitalisierung](#).

Technologien wie Cloud-Software oder smarte Anwendungen sind schon in einigen Betrieben angekommen, Künstliche Intelligenz ist mit aktuell nur **4 Prozent** Nutzungsrate jedoch kaum verbreitet. Die Potenziale werden also erkannt, aber auch mit Sorge betrachtet, etwa in Bezug auf Arbeitsplatzveränderungen oder Kontrollverlust.

Die Ergebnisse der Studie zeigen: Das Handwerk ist auf dem Weg in die digitale Zukunft, aber es bleibt noch viel zu tun. Digitalisierung erfordert klare Strategien, gezielte Investitionen und praxisnahe Unterstützung. Handwerksbetriebe brauchen daher bessere Orientierung, mehr Weiterbildung und konkrete Förderangebote. Nur wenn das digitale Know-how im Betrieb wächst, können die technologischen Potenziale voll ausgeschöpft werden, im Wettbewerb um Fachkräfte, im Service für Kundinnen und Kunden und für die eigene Zukunftsfähigkeit.

9

Methodik

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/ Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
Grundgesamtheit	Handwerksunternehmen in Deutschland ab 1 Beschäftigten (inkl. zulassungspflichtiges und zulassungsfreies Handwerk)
Zielpersonen	(Mitglieder der) Geschäftsführung bzw. Unternehmensleitung
Stichprobengröße	n=504
Befragungszeitraum	KW 23 bis KW 29 2025
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage der Handwerkszählung des Statistischen Bundesamtes
Statistische Fehlerspanne	+/- 4 Prozent der Gesamtstichprobe

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Fachliche Leitung

Nastassja Hofmann

Wissenschaftliche Leitung

Bettina Lange

Redaktion

Alissa Geffert

Copyright

Bitkom 2026
Lizenziert unter [CC BY 4.0](#)

DOI

10.64022/2025-digitalisierung-handwerk

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, jedoch besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leserin bzw. des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.

Wie digital ist das deutsche Handwerk im Jahr 2025? Digitalisierung ist auch im Handwerk ein großes Thema, doch nicht alle Betriebe kommen gleich gut damit zurecht. Dieser Studienbericht zeigt, wo das Handwerk heute digital steht, welche Technologien genutzt werden und was sich im Arbeitsalltag bereits verändert. Er beleuchtet Themen wie IT-Sicherheit, digitale Services, Fachkräftemangel, Weiterbildung, neue Kundenbedürfnisse und den Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Dabei zeigt sich: Viele Betriebe sehen in der Digitalisierung echte Chancen – zugleich gibt es aber auch Hürden, zum Beispiel fehlende Zeit, hohe Kosten oder Unsicherheit im Umgang mit neuen Technologien. Grundlage der Ergebnisse ist eine telefonische Befragung von 504 Handwerksunternehmen in Deutschland, durchgeführt in den Kalenderwochen 23 bis 29 des Jahres 2025.

DOI

10.64022/2025-digitalisierung-handwerk

bitkom