

PRESSEMITTEILUNG

DIGITALISIERUNG IM HANDWERK BEFINDET SICH NOCH IN DER ANFANGSPHASE

Neue Studie von ECC KÖLN und dotSource zeigt: Digitalisierung spielt im Handwerk aktuell noch eine untergeordnete Rolle. Größte Herausforderungen sind hohe Kosten, fehlender wahrnehmbarer Mehrwert sowie IT- und Personalaspekte. Social Media wird aber bereits verstärkt im beruflichen Alltag von Handwerker:innen genutzt.

Köln/Jena, 09. November 2022 — Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen ist in verschiedenen Berufsgruppen unterschiedlich ausgeprägt. Knapp die Hälfte (49 %) der Handwerker:innen gibt an, dass die Digitalisierung des eigenen Betriebs zwar angestoßen wurde, viele Prozesse aber noch analog erfolgen. Lediglich bei neun Prozent ist die Digitalisierung des eigenen Betriebs größtenteils vollzogen. Das bestätigen die Ergebnisse der neuen Studie „Wie tickt das deutsche Handwerk in Zeiten der Digitalisierung? Teil 1: Status quo und Herausforderungen der Digitalisierung“ des ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit der Digitalagentur dotSource, für die Mitarbeitende aus handwerklichen Berufen befragt wurden. Insgesamt erfolgen viele Prozessschritte im Arbeitsalltag häufig noch analog – vor allem im Bereich Werkzeug- und Geräteverwaltung besteht großes Digitalisierungspotenzial. Beim Blick auf die Unternehmensgrößen zeigt sich die Tendenz: Je größer der Betrieb, desto eher wird Digitalisierung aktiv vorangetrieben. Dass das Digitalisierungsvorhaben aktuell oftmals in den Hintergrund rückt, liegt für 57 Prozent der Handwerker:innen im hohen Arbeitspensum begründet. Denn obwohl auch der berufliche Alltag im Handwerk unter anderem durch lange Lieferzeiten und höhere Materialkosten als Folgen des aktuellen Weltgeschehens beeinträchtigt ist, gibt es zahlreiche Aufträge. Knapp 90 Prozent der Befragten (89 %) bewerten ihre aktuelle Auftragslage als gut oder sehr gut. Auftragsabschlüsse erfolgen insbesondere durch Bestandskund:innen (77 %) oder durch deren Empfehlung (73 %).

Herausforderungen der Digitalisierung

Insgesamt werden über alle Unternehmensgrößen hinweg zu hohe Kosten (38 %) als größte Herausforderung auf dem Weg zur Digitalisierung gesehen. Kleine Handwerksbetriebe (<5 Mitarbeitende) sehen außerdem in der Digitalisierung oft keinen Mehrwert für ihren Betrieb (45 %) und ihre Kund:innen (38 %). In größeren Betrieben (≥50 Mitarbeitende) werden Schwierigkeiten eher auf IT- und Personalebene verortet: Für rund vier von zehn Befragten zählen die Gewährleistung der IT-Sicherheit (41 %), eine fehlende technische Infrastruktur (40 %) und mangelnde personelle Ressourcen (39 %) zu den größten Herausforderungen.

„Trotz dieser Herausforderungen und teilweise auch der Skepsis gegenüber neuen Technologien, planen die Betriebe zahlreiche Digitalisierungsmaßnahmen in den nächsten zwei Jahren. Der Fokus liegt auf der Optimierung der Buchhaltung sowie Prozessen mit Lieferant:innen. Weitere geplante Maßnahmen sind – insbesondere bei größeren Unternehmen – in den Bereichen der internen Arbeitsorganisation und dem Datenschutz angedacht,“ so Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH KÖLN und Gründer des ECC KÖLN.

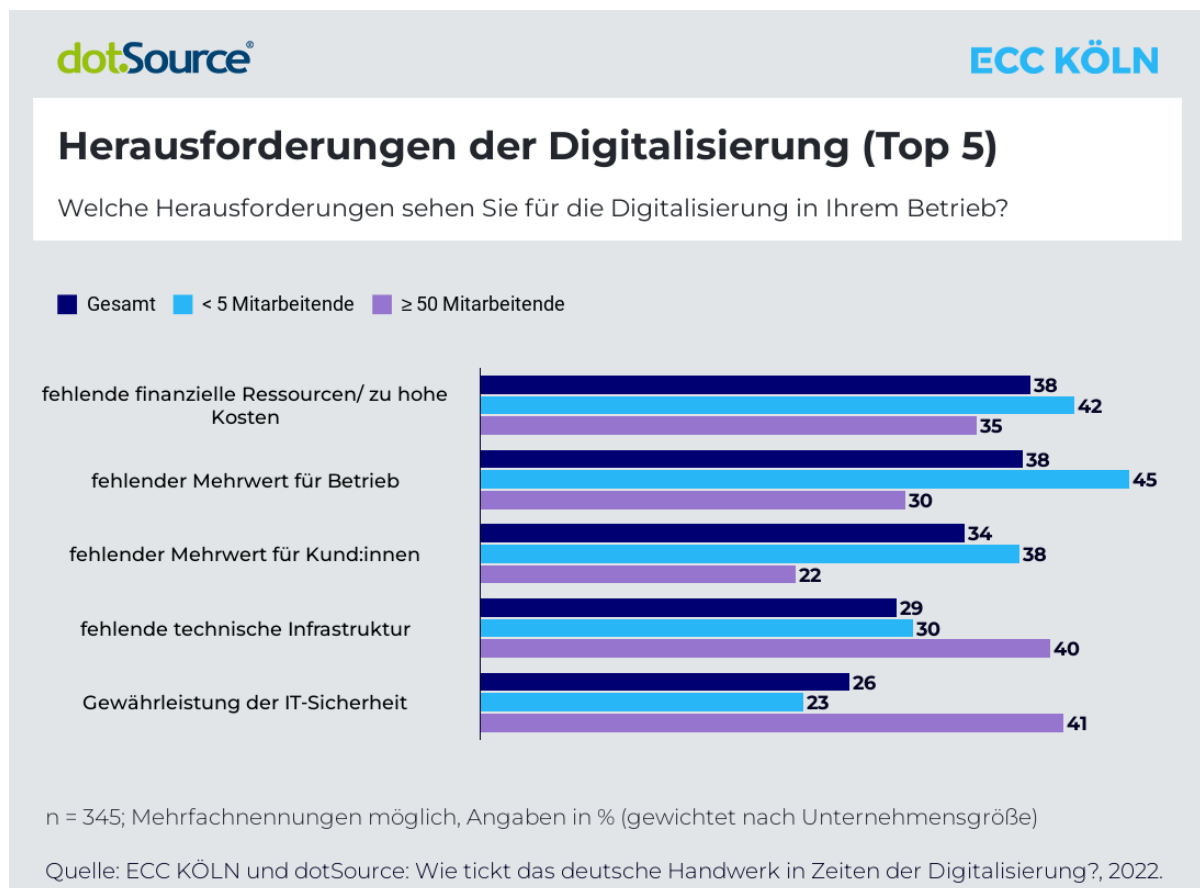
Social Media hat hohe Relevanz im Handwerk

Nahezu jede:r befragte Handwerker:in nutzt mindestens ein digitales Gerät im beruflichen Alltag: Smartphone und Desktop PC kommen hierbei am häufigsten zum Einsatz. Das Internet wird von der Hälfte der Befragten (52 %) mehrmals täglich genutzt. Auch das Smartphone kommt bei drei Viertel der Personen (76 %) , die generell ein Smartphone beruflich verwenden, mehrmals täglich zum Einsatz. Sieben von zehn Handwerker:innen (71 %) geben weiterhin an, soziale Medien zu diversen Informations- und Kommunikationszwecken zu nutzen.

„Während Facebook und WhatsApp eher der Kommunikation, beispielsweise mit Kolleg:innen oder Kund:innen dienen, ist YouTube ein beliebter Kanal, um sich zu informieren. Vor allem in größeren Unternehmen sind Accounts, die handwerksspezifische Content bieten, besonders gefragt: Mehr als vier von zehn Handwerker:innen folgen Händlern oder Herstellern von Handwerksbedarf und Personen, die Produkte oder Problemlösungen vorstellen,“ kommentiert Christian Otto Grötsch, Gründer und Geschäftsführer von dotSource, die Studie.

Wörter der Meldung: 551

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.199



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

In der dreiteiligen Studienreihe „Wie tickt das deutsche Handwerk in Zeiten der Digitalisierung?“ untersuchen das ECC KÖLN und die Digitalagentur dotSource das deutsche Handwerk in Hinblick auf aktuelle Herausforderungen, den Generationswechsel, Beschaffungsprozesse und weitere aktuelle Themen. Hierfür wurden 350 Handwerker:innen aus verschiedenen Gewerken und Unternehmensgrößen online befragt. Teil 1 widmet sich dabei dem Schwerpunktthema „Status quo und Herausforderungen der Digitalisierung“. Im Januar 2023 wird Teil 2 zum Thema

„Generationswechsel im Handwerk – Wann vollzieht sich der grundlegende Wandel?“ und im Februar 2023 Teil 3 zum Thema „Beschaffungsprozesse und (digitale) Services im Handwerk“ veröffentlicht.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: <http://www.ecckoeln.de>

Über dotSource

Seit 2006 entwickelt und realisiert dotSource skalierbare Digitalprodukte für Marketing, Vertrieb und Services. Ob E-Commerce- und Content-Plattformen, Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement oder Digital-Marketing und Business-Intelligence: Mehr als 500 Digital Natives verstehen sich als Partner ihrer Kunden, deren individuelle Anforderungen ab der ersten Idee einfließen. Dieser Kompetenz vertrauen Unternehmen hagebau, Kipp, BayWa, TROX, Würth, Sonderpreis Baumarkt, PERI, Conmetall Meister, Angst + Pfister und STIHL.

Mehr unter: <https://www.dotsource.de/>