

Handwerker:innen gesucht: In welchen Städten wird man eher online fündig

- **Localyzer untersucht digitales Handwerkerangebot in den Top 10 der Groß-, Mittel- und Kleinstädte**
- **In Großstädten fast 8-mal weniger Handwerker:innen (pro 1.000 Einwohner:innen) online auffindbar als in Kleinstädten**
- **Kleinstädte oft überversorgt, Mittelstädte liegen zwischen den Extremen**

Berlin, 14. Oktober 2025 – Ob Badsanierung, Dachreparatur oder neue Wärmepumpe – die Nachfrage nach Handwerker:innen in Deutschland ist ungebrochen hoch. Doch wer in einer Großstadt eine:n Handwerker:in sucht, stößt online oft auf gähnende Leere. Die neue Analyse der Online-Marketing-Plattform Localyzer (www.localyzer.io) untersucht das Handwerkerangebot und somit die digitale Auffindbarkeit mithilfe von Google-Suchvolumen und Gelbe-Seiten-Einträgen. Dabei zeigt sich: In Metropolen sind Handwerksbetriebe deutlich schwerer auffindbar als in Klein- und Mittelstädten. Während Großstädte mit einer massiven Nachfrage-Angebots-Lücke kämpfen, sind Kleinstädte sogar häufig überversorgt.

Trotz hoher Nachfrage, wenig digitales Angebot in Großstädten

In den Top 10 deutschen Großstädten beträgt das durchschnittliche monatliche Suchvolumen nach Handwerker:innen 6,67 pro 1.000 Einwohner:innen – der höchste Wert aller Städtegrößen. Allerdings liegt die Durchschnittsanzahl an Suchergebnissen nur bei 1,24 pro 1.000 Einwohner:innen. Somit prallen hoher Bedarf und geringes Angebot/digitale Sichtbarkeit aufeinander. Besonders drastisch zeigt sich das Missverhältnis in den Städten Frankfurt am Main (0,05 Treffer/Suche), Berlin (0,13) und Stuttgart (0,15).

In deutschen Kleinstädten herrscht Überangebot statt Lücke

Die untersuchten Kleinstädte verzeichnen im Durchschnitt fast achtmal so viele Handwerker:innen (9,62 pro 1.000 Einwohner:innen) wie die Großstädte. Absolute Spitzenreiter sind Korntal-Münchingen und Gerlingen: Hier gibt es die meisten Handwerker:innen pro 1.000 Einwohner:innen. Im Angebot–Nachfrage-Vergleich sind diese Kleinstädte mit 4,28 und 3,27 Online-Treffern pro Suche klar überversorgt. Sprich: Handwerker:innen in Kleinstädten sind nicht nur stärker vertreten, sondern auch digital präsenter.

Mittelgroße Städte zwischen den Extremen

Mit durchschnittlich 2,89 Suchtreffern pro 1.000 Einwohner:innen und einem Treffer-/Suche-Verhältnis von 0,96 liegt diese Kategorie von deutschen Städten zwischen beiden Extremen. Das Online-Angebotsverhältnis ist halbwegs ausgeglichen, dennoch leicht unter dem Bedarf. Beispielstädte wie Ludwigsburg (1,23 Treffer/Suche), Esslingen am Neckar (1,25) und Bad Friedrichshall (1,35) verdeutlichen, dass auch in dieser Stadtgröße die digitale Auffindbarkeit gezielt verbessert werden kann.

Matthias Lange, Gründer und Geschäftsführer bei Localyzer, kommentiert die Untersuchung:

„Unsere Analyse macht deutlich: Handwerk lässt durch mangelnde digitale Sichtbarkeit Potenziale vielfach ungenutzt liegen. Betriebe, die nicht online gefunden werden, existieren für viele Kund:innen

schlicht nicht. Gerade in Metropolen müssen Handwerker:innen deshalb stärker auf digitale Präsenz setzen, um der hohen Nachfrage zu begegnen und die eigene Auslastung zu verbessern.“

Weitere Informationen finden Sie unter:

<https://www.localyzer.io/de/blog/handwerker-online-sichtbarkeit>

Über die Untersuchung

Localyzer hat für die 10 größten Groß-, Mittel- und Kleinstädte Deutschlands mithilfe des Google-Suchvolumens und der Treffer im Gelbe-Seiten-Verzeichnis pro 1.000 Einwohner:innen für die gängigen Handwerksberufe (Maurer, Zimmerer, Dachdecker, Fliesenleger, Parkettleger, Maler, Klempner, Elektriker, Tischler, Schlosser, Schornsteinfeger) die Treffer/Suche-Quote ermittelt.

Über Localyzer

[Localyzer](#) hat es sich zur Mission gemacht, dem lokalen Innenstadtsterben entgegenzuwirken. Die Lösung: die innovative B2B-Software für lokales Online-Marketing über Google, Display-Ads, Social Media und personalisierte Video-Werbung – einschließlich Addressable TV. Gegründet im Jahr 2017, bringt das Unternehmen Erfahrungen aus mehr als 80.000 lokalen Online-Kampagnen an drei Standorten mit, die in über acht Ländern für zahlreiche namhafte Kunden umgesetzt wurden. Aktuelle Informationen über das Unternehmen sind auf [LinkedIn](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [Xing](#) und [Twitter](#) zu finden.