

Investitions- und Kostenfragen bremsen die digitale Transformation der Bau- und Immobilienwirtschaft

Zürich, 9. März 2026. Trotz rasanter technologischer Fortschritte bleibt der digitale Durchbruch in der Bau- und Immobilienwirtschaft aus. Das zeigt die neue Digital Real Estate & Construction Studie von pom+. Digitalisierung wird zwar zunehmend als strategisches Führungsthema identifiziert, in der Praxis jedoch häufig auf Effizienz- und Kostenziele reduziert.

Seit 2016 misst die pom+Consulting AG im Rahmen der Digital Real Estate & Construction Studie den digitalen Reifegrad der Bau- und Immobilienwirtschaft in der Schweiz sowie im deutschsprachigen Raum. Der Digital Real Estate Index basiert auf den Einschätzungen von rund 200 Fach- und Führungskräften und zeigt auf, wo die Branche aktuell auf ihrem Digitalisierungspfad steht.

Der Digitalisierungsgrad der Bau- und Immobilienwirtschaft liegt derzeit bei 4,3 Punkten auf einer Skala von 1 bis 10. Im Vergleich zum Vorjahr ist damit eine leichte Erholung feststellbar: 2025 lag der Wert bei 4,0 Punkten.

Der Digital Construction and Manufacturing Index (DCM-i) wurde bislang im Rahmen der Studie miterfasst und 2026 in Zusammenarbeit mit bauen digital Schweiz und buildingSMART Switzerland erstmals separat erhoben und ausgewiesen. Mit 4,0 Punkten liegt die Bauwirtschaft unter dem Real Estate Management (4,6 Punkte) und beeinflusst damit den Gesamtwert entsprechend. Eine vertiefte Interpretation der Ergebnisse erfolgt in einem separaten Whitepaper von buildingSMART Switzerland.

AI als Katalysator der digitalen Transformation

Die in den Vorjahren stark ausgeprägten digitalen Unterschiede zwischen grossen und kleinen Unternehmen nehmen 2026 spürbar ab. Nahezu alle Unternehmensgrössen konnten ihren digitalen Reifegrad steigern. Insbesondere kleine Unternehmen haben gegenüber dem Vorjahr um bis zu 0,9 Punkte aufgeholt.

Auch innerhalb der einzelnen Rollen gleichen sich die Unterschiede im digitalen Reifegrad zunehmend an. Hervorzuheben sind insbesondere die Bewirtschafter:innen, die mit 4,4 Punkten den höchsten Wert seit Beginn der Erhebung erreichen. «Neben dem anhaltenden Margendruck und der fortschreitenden Marktkonsolidierung dürfte auch eine zunehmende, möglicherweise durch AI unterstützte, Automatisierung von Routineaufgaben zur Verbesserung der digitalen Reife beitragen», sagt Isabel Gehrler, Head of Future Lab und Studienleiterin.

Artificial Intelligence & Machine Learning zählen neben Platforms & Portals sowie Data Analytics erneut zu den am häufigsten eingesetzten Technologien. Die Bewertung von AI fällt jedoch differenzierter aus als im Vorjahr: Aktuell sehen rund zwei Drittel der Befragten einen hohen Nutzen, gegenüber 75 Prozent in der letzten Erhebung. Gleichzeitig verzeichnet AI im Hype-Cycle als einzige der zwölf untersuchten Technologien einen deutlichen Fortschritt.

Digitalisierung als Chefsache

Die Studie macht deutlich, weshalb der digitale Reifegrad der Immobilienwirtschaft trotz jahrelanger Initiativen nur langsam steigt. Digitalisierung wird nach wie vor primär als technologische Fragestellung verstanden und weniger als Organisations- und Führungsaufgabe.

Entsprechend werden Investitionen und Kosten deutlich häufiger als Hindernis wahrgenommen als kulturelle oder strukturelle Faktoren. Mehr als zwei Drittel der Befragten sehen weder in bestehenden Unternehmensstrukturen noch in der strategischen Ausrichtung eine relevante Hürde für die Weiterentwicklung ihres digitalen Reifegrads. Auch der Fachkräftemangel wird von über der Hälfte der Befragten als geringes oder gar kein Hindernis eingeschätzt.

Gleichzeitig zeigt ein Blick auf die Verantwortlichkeiten ein aufschlussreiches Bild: Die Führungsebene agiert in 56 Prozent der befragten Unternehmen als zentrale Treiberin der digitalen Transformation. Auch das Kerngeschäft übernimmt eine zunehmend aktive Rolle bei der Umsetzung. «Die Ergebnisse zeigen, dass Digitalisierung zwar formal als Managementaufgabe verankert ist, in der Praxis aber häufig auf Effizienz- und Kostenziele reduziert bleibt», so Isabel Gehr. «Solange digitale Transformation nicht konsequent als Führungs-, Organisations- und Kulturthema verstanden wird, bleibt ihr strategisches Potenzial begrenzt.»

Über die Studie

Die Digital Real Estate Umfrage erhebt seit 2016 jährlich den Stand der digitalen Transformation der Bau- und Immobilienwirtschaft in der Schweiz und seit 2019 auch für Deutschland. Die Studie präsentiert die Ist-Situation in den beiden Ländern basierend auf den Einschätzungen von verschiedenen Führungs- und Fachkräften aus der Branche und wird durch das Expertenwissen von Beraterinnen und Berater der pom+Consulting AG ergänzt. 2026 wurde in Zusammenarbeit mit bauen digital Schweiz / buildingSMART erstmals der digitale Reifegrad für die Bauwirtschaft separat erhoben und dem Real Estate Management gegenübergestellt. Der digitale Reifegrad der Bauwirtschaft wird ausführlich in einem separaten Whitepaper von buildingSMART Switzerland behandelt.

Eine weitere Neuerung ist das [interaktive Dashboard](#), dass ab diesem Jahr zusätzlich zur Verfügung steht. Es ermöglicht den direkten Vergleich von Ergebnissen aus vorangegangenen Studien.

pom+Consulting AG

pom+ ist ein Schweizer Beratungsunternehmen, das Dienstleistungen für Immobilien, Infrastrukturen, Unternehmen und Organisationen aus den Bereichen Bau-, Facility-, Property-, Portfolio- und Asset-Management erbringt. Die Kernkompetenzen von pom+ umfassen Performancemessung, Strategieentwicklung, Ressourcenoptimierung, Nachhaltigkeitsberatung, Technologieeinsatz, Digitalisierungsstrategien und -lösungen sowie Bautreuhand, Bauherrenberatung und BIM-Strategien mit Rücksicht auf den Lebenszyklus der Immobilien und Infrastrukturen. Über 130 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die meisten Hoch- und Fachhochschulabsolvierende, überzeugen mit Fachwissen, ausgewiesener Erfahrung und Know-how aus rund 8'000 Projekten.

Mit Hauptsitz in Zürich und Niederlassungen in Basel, Bern, Lausanne, St. Gallen, Frankfurt und Berlin berät pom+, als Spin-off der ETH Zürich gegründet, seit 1996 über 800 Kunden im In- und Ausland.

www.pom.ch

Medienkontakt

pom+Consulting AG

Daniel Bruckhoff, Head of Marketing & Sales

Limmatstrasse 214, 8005 Zürich

Telefon +41 44 200 42 00

daniel.bruckhoff@pom.ch, www.pom.ch