PRAXISWISSEN

Online-Bewertungen für Handwerksbetriebe

**Kundenfeedback verstehen.
Souverän antworten.**

Online-Bewertungen für Handwerksbetriebe

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 2

Kapitel 1. Wie Bewertungen eine Anfrage beeinflussen können 4

Kapitel 2. Wo deine Kunden suchen 9

Kapitel 3. Dein Profil bei Google 14

Kapitel 4. Das Bewertungs-System: vom Bittsteller zum Profi 20

Kapitel 5. Vorlagen die funktionieren 26

Kapitel 6. Timing: wann nach welchem Auftrag fragen 34

Kapitel 7. Mit negativen Bewertungen umgehen 40

Kapitel 8. Bewertungen auf deiner Webseite einbinden 47

Kapitel 9. Mitarbeitende in den Ablauf einbinden 52

Kapitel 10. KPIs und Tools 58

Kapitel 11. Rechtliche Orientierung 63

Kapitel 12. Dein 30-Tage-Action-Plan 69

Anhang 78

Quellen und Hinweise zur Nutzung 88

Vorwort

Kundenfeedback macht Erfahrungen mit einer Leistung für andere nachvollziehbar und zeigt einem Betrieb, wo er besser werden kann.

Gute Arbeit allein erklärt sich online nicht von selbst. Wer einen Metallbauer, einen Servicebetrieb oder einen Lieferanten sucht, möchte verstehen, mit wem er zusammenarbeitet. Bewertungen sind dabei ein Baustein neben Referenzen, fachlicher Kompetenz, Erreichbarkeit und einem klaren Angebot. Sie ersetzen keine gute Leistung und garantieren keinen nächsten Auftrag.

Dieses Buch zeigt dir, wie du einen verlässlichen Bewertungsablauf in deinen Alltag einbaust. Du legst fest, wann dein Team um eine ehrliche Rückmeldung bittet, wie Kunden den Bewertungszugang finden und wer Antworten übernimmt. Das passt nach einer Montage ebenso wie nach Wartung, Reparatur, Beratung im Aussendienst oder einer Lieferung.

Der Grundsatz bleibt immer gleich: Die Einladung ist freiwillig, offen für jede Erfahrung und unabhängig von der erwarteten Sternezahl. Kritik erhält denselben Zugang wie Lob. Ein Rabatt, ein Geschenk oder ein anderer Vorteil gehört nicht an eine Bewertungsbitte.

Du kannst das Buch von vorne lesen oder mit dem 30-Tage-Plan beginnen und die passenden Kapitel nachschlagen. Die Zeitangaben dort helfen bei der Planung; du passt sie an deinen Betrieb an. Wichtiger als Geschwindigkeit ist ein Ablauf, den dein Team wirklich umsetzen kann.

So arbeitest du mit diesem Buch

- **Orientieren:** Kapitel 1 bis 3 helfen bei Bestandsaufnahme, Plattformwahl und Unternehmensprofil.
- **Umsetzen:** Kapitel 4 bis 6 beschreiben Ablauf, Formulierungen und passende Kontaktpunkte.

- **Verbessern:** Kapitel 7 bis 10 behandeln Antworten, Website, Team und Auswertung.
- **Prüfen und planen:** Kapitel 11 und 12 verbinden die rechtlichen Prüfpunkte mit einem konkreten Arbeitsplan.
- **Nachschlagen:** Im Anhang findest du Vorlagen und Checklisten; danach folgt das Quellenverzeichnis. Zahlenbeispiele sind als Annahmen gekennzeichnet und keine Prognosen für deinen Betrieb.

Der Schwerpunkt liegt auf Schweizer Bau- und Handwerksbetrieben. Bei Kunden in Deutschland oder Österreich müssen zusätzlich die dort geltenden Regeln zum jeweiligen Kommunikationskanal geprüft werden. Das Buch ist eine praktische Orientierung und ersetzt keine Beratung für den Einzelfall.

Impressum und Ausgabe

Titel: Online-Bewertungen für Handwerksbetriebe
Untertitel: Ehrliches Feedback einholen, Antworten organisieren, Vertrauen sichtbar machen
Ausgabe: Überarbeitete Fassung, September 2026
Redaktionsstand: 21. September 2026

Alle Rechte vorbehalten. Die Textvorlagen und Arbeitsblätter darfst du für den eigenen Betrieb anpassen und verwenden. Eine Weitergabe oder ein Weiterverkauf des Buches oder seiner Vorlagensammlung ist damit nicht verbunden.

Externe Angebote und ihre Bedingungen können sich ändern; prüfe aktuelle Angaben direkt beim jeweiligen Anbieter.

Kapitel 1. Wie Bewertungen eine Anfrage beeinflussen können

Die unsichtbare Vorauswahl

Eine Verwaltung sucht einen Betrieb für die Wartung ihrer Metalltüren. Eine Eigentümerin möchte die Fassade instand setzen lassen. Ein Monteur braucht kurzfristig ein Ersatzteil. Bevor jemand anruft, werden oft mehrere Fragen geklärt: Passt die Leistung? Ist der Anbieter erreichbar? Gibt es nachvollziehbare Erfahrungen mit der Zusammenarbeit?

Online-Bewertungen können bei diesem Vergleich helfen. Sie stehen neben Website, Referenzen, Empfehlungen, Fachkenntnis und persönlichem Gespräch. Dieses Buch konzentriert sich auf den Teil, den du organisieren kannst: echte Erfahrungen zugänglich machen und Rückmeldungen sorgfältig bearbeiten.

Ein Beispiel aus dem Entscheidungsweg

Stell dir zwei fiktive Anbieter vor, deren fachliche Eignung zunächst ähnlich wirkt. Beim ersten findest du eine korrekte Telefonnummer, klar beschriebene Serviceleistungen und einige nachvollziehbare Rückmeldungen. Auf eine kritische Bemerkung zur Terminabsprache hat der Betrieb sachlich reagiert. Beim zweiten ist unklar, ob er Wartung überhaupt anbietet; die Website zeigt nur Neubauten.

Die Entscheidung hängt nicht einfach an einer höheren Sternezahl. Der erste Anbieter beantwortet in diesem Beispiel mehr Fragen. Seine Darstellung macht den nächsten Schritt leichter. Ob daraus tatsächlich ein Auftrag wird, klären erst Verfügbarkeit, Offerte und Zusammenarbeit.

Nimm diese Perspektive für deinen eigenen Betrieb ein: Was muss eine Person verstehen, bevor sie dich sinnvoll anfragen kann? Wo können Kundenstimmen dazu etwas Konkretes beitragen?

Gute Arbeit wird nicht automatisch sichtbar

Ein Betrieb kann seit Jahren zuverlässig arbeiten und trotzdem nur wenige Bewertungen haben. Vielleicht stammen viele Aufträge aus langfristigen Beziehungen. Vielleicht ist der Weg zur Bewertung unbekannt. Eine geringe Anzahl belegt deshalb ebenso wenig schlechte Arbeit wie eine grosse Anzahl perfekte Qualität beweist.

Eine neutrale Einladung kann den Zugang vereinfachen. Sie gibt allen nach denselben sachlichen Kriterien geeigneten Kunden die Möglichkeit, ihre Erfahrung mitzuteilen. Ob jemand dies nutzt und welche Bewertung daraus entsteht, bleibt seine Entscheidung.

Eine Bewertung ist keine Gegenleistung zum Auftrag. Sie ist freiwillig und darf weder mit einem Vorteil noch mit Nachteilen verbunden werden. Wie du diesen Grundsatz im Betrieb umsetzt, folgt ab Kapitel 4.

Was eine Bewertung aussagt - und was nicht

Eine Rückmeldung beschreibt die Sicht einer Person zu einem bestimmten Erlebnis. Für Lesende kann dabei die Kommunikation genauso wichtig sein wie das Ergebnis: Wurde ein Termin eingehalten? War eine Rückfrage möglich? Wie ging der Betrieb mit einem offenen Punkt um?

Das ist gerade bei Wartung und Service relevant. Diese Leistungen liefern nicht immer ein spektakuläres Vorher-Nachher-Bild. Eine nachvollziehbare Erfahrung kann erklären, wie die Zusammenarbeit ablief. Im Bau- und Liefergeschäft bleibt daneben die fachliche Dokumentation nötig. Kundenfeedback ersetzt keine technische Abnahme, keinen Eignungsnachweis und keine Prüfung der Lieferfähigkeit.

Lies daher Inhalte und Verlauf, statt nur den Durchschnitt zu betrachten. Ein einzelner kritischer Text kann einen konkreten Verbesserungsbedarf zeigen. Er beweist aber nicht automatisch ein generelles Problem. Prüfe den Sachverhalt, bevor du daraus eine betriebliche Entscheidung ableitest.

Aufwand rechnen, Wirkung messen

Einer einzelnen Bewertung lässt sich kein fester Frankenwert zuordnen. Ein zusätzlicher Auftrag kann ebenso durch eine Empfehlung, eine neue Leistung oder saisonale Nachfrage entstehen. Rechne deshalb zunächst den Aufwand deines Prozesses.
Fiktives Planungsbeispiel: Für die Prüfung zulässiger Empfänger, Einladungen und Antworten plant ein kleiner Betrieb pro Woche 45 Minuten. Bei einem intern angenommenen Stundensatz von 60 CHF entspricht das 45 CHF pro Woche. Über vier Wochen sind es drei Stunden beziehungsweise 180 CHF. Allfällige Softwarekosten und die einmalige Einrichtung kommen hinzu.
Die Zahlen sind Annahmen. Trage deine eigenen Werte ein:

```
Zeit für Einrichtung: ______ Stunden
Laufender Aufwand pro Woche: ______ Minuten
Interner Stundensatz: ______ CHF
Softwarekosten pro Monat: ______ CHF

Welche Verbesserung soll der Ablauf
ermöglichen?
_____________________________________________
Wie beobachten wir sie?
_____________________________________________
```

Ein sinnvoller erster Erfolg kann sein, dass keine Abmeldung mehr übersehen wird, neue Rückmeldungen eine zuständige Person erreichen oder Kunden den richtigen Link finden. Anfragen und gewonnene Aufträge beobachtest du zusätzlich. Du rechnest sie erst dann einer Massnahme zu, wenn es dafür tragfähige Hinweise gibt.

Mit einem kritischen Hinweis arbeiten

Angenommen, in mehreren Rückmeldungen wird die Terminabsprache beanstandet. Zusätzliche Einladungen lösen das Problem nicht. Kläre im Team, wo die Abstimmung scheitert: Ist das Zeitfenster unklar, fehlt eine Rückmeldung bei Verspätung oder werden Zuständigkeiten verwechselt?

Lege eine konkrete Verbesserung fest und prüfe später, ob derselbe Hinweis erneut auftaucht. Öffentlich beantwortest du eine Bewertung

sachlich, ohne private Auftragsdetails offenzulegen. So verbindet sich Sichtbarkeit mit einer tatsächlich besseren Zusammenarbeit.

Das gilt auch für einen Lieferanten. Eine Beschwerde über eine verspätete Rückmeldung im Aussendienst kann auf einen Übergabefehler hinweisen. Die nützliche Frage lautet dann: Wer bestätigt künftig bis wann, dass das Anliegen übernommen wurde?

Suche verändert sich, die Grundlage bleibt prüfbar

Google, Bing und Sprachmodelle wie ChatGPT können auf unterschiedlichen Wegen zu einem Anbieter führen. Welche Informationen in einer konkreten Suche oder Antwort erscheinen, kann sich ändern. Eine Bewertungskampagne garantiert weder eine Position noch eine KI-Empfehlung.

Du kannst Firma, Leistungsangebot, Einsatzgebiet und Kontakt verständlich darstellen. Du kannst echte Kundenrückmeldungen ermöglichen und auf berechtigte Kritik eingehen. Diese Arbeit liefert überprüfbare Grundlagen, ohne den Ausgang einer Suchanfrage vorzutäuschen.

Was dieses Buch dir abnimmt

Du bekommst eine Struktur für die Einrichtung, Formulierungen zum Anpassen, Checklisten und einen Arbeitsplan. Du musst nicht jedes Mal neu überlegen, wer einlädt, wann der Auftrag beurteilbar ist oder wie eine Abmeldung behandelt wird.

Was weiterhin bei dir bleibt: gute Arbeit leisten, die betrieblichen Voraussetzungen prüfen, Vorlagen anpassen und Entscheidungen anhand eigener Daten treffen. Ein kleiner Ablauf, der verlässlich funktioniert, ist ein brauchbarer Ausgangspunkt. Du kannst ihn später erweitern, wenn der tatsächliche Bedarf wächst.

Im nächsten Kapitel findest du eine Methode, mit der du die relevanten Suchwege für deinen Betrieb prüfst.

Kurz-Zusammenfassung

- Bewertungen ergänzen Referenzen, Fachkompetenz und Erreichbarkeit
- Eine hohe Sternezahl allein belegt weder Qualität noch neue Aufträge
- Service, Wartung und Zusammenarbeit mit Lieferanten verdienen konkrete Darstellung
- Aufwand lässt sich planen; wirtschaftliche Wirkung muss im eigenen Betrieb geprüft werden
- Kritik wird nützlich, wenn daraus eine überprüfbare Verbesserung entsteht