



Online-Marketing im Handwerk

Marketing, das zu Ihren Zielen passt

Beate Buck
Marketingberatung
fürs Handwerk

Mit
Checklisten &
Praxistipps

Beate Buck

Online-Marketing im Handwerk

Marketing, das zu Ihren Zielen
passt

© 2026 Beate Buck

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Buch darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der Autorin weder vollständig noch auszugsweise vervielfältigt, gespeichert oder weitergegeben werden – unabhängig von der Form (elektronisch oder mechanisch).

Autorin: Beate Buck

www.beatebuck.com

info@beatebuck.com

Covergestaltung: Canva

ISBN (Softcover): 978-3-9825345-4-1

1 Auflage 2026

Hinweis zum Buchinhalt:

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit habe ich auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Warum dieses Buch	11
Teil 1: Grundlagen	13
Online-Marketing im Handwerk heute	15
Warum Handwerksbetriebe digital sichtbar sein müssen	15
Verändertes Kundenverhalten und veränderte Kommunikation	16
Chancen trotz Mangel an Fachkräften und Auftragsrückgang	17
Ziele und Zielgruppen – die Grundlage für erfolgreiches Marketing	19
Vom „mehr Aufträge wollen“ zum klaren Marketingziel	19
Die Qualität der Kundenanfragen verbessern	20
Zielgruppen erkennen und verstehen	21
Leistungsumfang klar kommunizieren	22
Die richtigen Kanäle wählen	22
Die Zielgruppen verstehen und gezielt ansprechen	25

Mit den Augen der Kunden sehen	25
Unterschiedliche Zielgruppen, unterschiedliche Kommunikation	26
Die Gewinnung von Mitarbeitern und Auszubildenden	27
Wandel als Chance begreifen	27

Teil 2: Online präsent sein 30

Die Website - das Fundament für den Erfolg 31

Warum die Website heute mehr ist als eine Visitenkarte	31
Verändertes Nutzungsverhalten: vom Desktop zum Smartphone	32
Anforderungen an eine zeitgemäße Website	33
Ladegeschwindigkeit und technischer Zustand	35
Onepager oder klassische Website	35
Website selbst erstellen oder Profis beauftragen	38
Checkliste: Website	40

Die inhaltliche Gestaltung einer Website 41

Warum guter Inhalt zählt	41
Storytelling – Menschen lieben Geschichten	42
Keywords und Suchmaschinenoptimierung	43

Persönlichkeit zeigen	44
Die Website als Schaufenster	44
Corporate Design – Wiedererkennung schafft Vertrauen	46
Inhalte als Fundament der Sichtbarkeit	47

Mit einem Blog von der Masse abheben 49

Warum ein Unternehmensblog sinnvoll ist	50
Welche Ziele ein Blog verfolgt – und was hier im Fokus steht	51
Themen finden, die wirken	51
Tiefe statt Masse: Inhalte sinnvoll verknüpfen	53
Den Blogbeitrag richtig gestalten	53
Themenideen aus der Praxis	56
Bloggen mit Maß und Ziel	57
Checkliste: Blogbeitrag	58

Warum Zahlen und Fakten wichtig sind 59

Kennzahlen, die jeder Handwerksbetrieb kennen sollte	60
Der richtige Zeitpunkt für Posts und Beiträge	61
Google Analytics – den Strom der Besucher verstehen	61
Online-Werbung gezielt einsetzen	62
Mit wenig Aufwand den Überblick behalten	63

Online sichtbar sein – wenn der Kunde sucht 67

Drei wichtige Bausteine 68

Warum das Zusammenspiel entscheidend ist 72

Teil 3: Zur Marke werden 74

Social-Media-Kanäle – sichtbar sein, ohne sich zu verbiegen 75

Social Media als Werkzeug – nicht als Pflicht 75

Zielgruppen verstehen, statt überall zu posten 76

Mitarbeiter und Azubis gewinnen – ohne Imagefilm 77

Am Anfang oder bereits gut etabliert 79

Anzeigen gezielt einsetzen 81

Überblick: Welche Kanäle wann sinnvoll sind 83

Website 83

Google-Unternehmensprofil 84

Google Ads 85

Instagram / Facebook 85

LinkedIn 86

YouTube	87
TikTok	88
Threads / X	88
Checkliste: Google-Unternehmensprofil	90
Erklärung von Fachbegriffen	91
Leistungen im Überblick	95
Individuelle Marketingberatung	95
Workshops & Webinare	96
Impulsvorträge	97
Über mich	99
Im Austausch bleiben	101

Warum dieses Buch

Marketing im Handwerk braucht keine großen Versprechen – sondern ehrliche Lösungen. Aus meiner langjährigen Erfahrung im Handwerk weiß ich, wie stark sich unsere Branche verändert hat. Viele Betriebe leisten hervorragende Arbeit und bleiben trotzdem unsichtbar.

Dieses Buch möchte das ändern.

Es zeigt, wie Handwerksbetriebe mit einfachen, alltags-tauglichen Strategien mehr Sichtbarkeit erreichen können – ohne sich zu verbiegen und ohne leere Marketing-phrasen.

Immer wieder begegnen mir Aussagen wie:

- „Mit diesen fünf Tipps werden Sie erfolgreicher.“
- „Ich zeige Ihnen, wie Sie Ihren Umsatz verdoppeln.“
- „Mit diesen Strategien lassen Sie die Konkurrenz hinter sich.“

Solche Versprechen klingen verlockend, sind aber zu pauschal. Marketing funktioniert nicht nach einem festen Schema – schon gar nicht im Handwerk. Was für Influencer oder große Marken passt, muss noch lange nicht für Handwerks-betriebe funktionieren.

Jeder Betrieb hat seine eigene Geschichte, seine Kunden, seine Werte. Deshalb braucht es kein Marketing „von der Stange“, sondern Strategien, die zum Unternehmen, zu den Menschen und zum Alltag passen.

Mein Ziel:

Ihnen Mut machen, Ihre Stärken nach außen zu zeigen – mit einer klaren Botschaft, einem unverwechselbaren Auftritt und einem Marketing, das zu Ihnen passt.

Teil 1: Grundlagen

Warum Sichtbarkeit heute anders funktioniert



1

Online-Marketing im Handwerk heute

Warum Handwerksbetriebe digital sichtbar sein müssen

Das Handwerk steht für Qualität, Vertrauen und persönliche Beziehungen – Werte, die heute genauso wichtig sind wie früher. Verändert hat sich jedoch, wie Kunden Handwerksbetriebe finden. Bevor sie anrufen oder eine Anfrage stellen, haben sie bereits recherchiert, Bewertungen gelesen und Angebote verglichen.

Wer in dieser digitalen Welt nicht sichtbar ist, wird schlichtweg nicht wahrgenommen. Online-Marketing ist längst kein „Extra“ mehr, sondern Teil der täglichen

Unternehmensführung. Es entscheidet darüber, ob ein Betrieb gefunden, verglichen oder übersehen wird.

Viele Handwerksbetriebe leisten hervorragende Arbeit – doch diese Qualität bleibt oft im Verborgenen. Sichtbarkeit ist heute keine Frage des Zufalls, sondern das Ergebnis einer klaren Strategie. Gerade kleinere Betriebe haben durch gezieltes Online-Marketing die Möglichkeit zu zeigen, wofür sie stehen, und Vertrauen aufzubauen – noch bevor das erste Gespräch stattfindet.

Wer den digitalen Wandel annimmt, verschafft sich keinen kurzfristigen Vorteil, sondern sichert die Zukunft seines Betriebs. Online sichtbar zu sein bedeutet, im Gespräch zu bleiben bei Kunden, Partnern und zukünftigen Mitarbeitern.

Verändertes Kundenverhalten und veränderte Kommunikation

Früher waren es vor allem die Weiterempfehlungen zufriedener Kunden, heute ist es der Klick. Empfehlungen finden zunehmend online statt – über Google-Bewertungen, Social-Media-Beiträge und Kommentare.

Kunden erwarten schnelle Antworten, klare Informationen und einen professionellen Auftritt, unabhängig davon, ob sie am Smartphone oder am Laptop suchen.

Entscheidungen fallen heute oft im Stillen, lange bevor ein Betrieb überhaupt vom Kunden kontaktiert wird. Die

Website, das Google-Unternehmensprofil oder Bewertungen im Internet sind häufig der erste Kontakt mit einem potenziellen Auftraggeber.

Ein professioneller Online-Auftritt ersetzt die persönliche Empfehlung nicht – er ergänzt und verstärkt sie. Wer digital überzeugt, bleibt im Gedächtnis und wird weiterempfohlen – offline wie online.

Chancen trotz Mangel an Fachkräften und Auftragsrückgang

Auch das Handwerk spürt wirtschaftliche Veränderungen und den zunehmenden Fachkräftemangel. Gerade in solchen Zeiten bietet Online-Marketing jedoch eine besondere Chance: Es hilft, sichtbar zu bleiben, neue Kundengruppen zu erreichen und qualifizierte Mitarbeiter anzusprechen.

Ein klarer digitaler Auftritt wirkt wie ein Magnet – für Kunden ebenso wie für Bewerber. Er zeigt, dass hier ein Betrieb arbeitet, der Haltung, Persönlichkeit und Zukunftsorientierung verbindet. Selbst wenn Aufträge zeitweise zurückgehen, kann eine starke Online-Präsenz dafür sorgen, bei der nächsten Suche präsent zu sein – und den entscheidenden Anruf zu erhalten.

*Online-Marketing ist kein Selbstzweck.
Es ist das Werkzeug, mit dem sichtbar
wird, was einen Betrieb einzigartig
macht – und warum sich Qualität auch
im digitalen Raum durchsetzt.*