

MUSTER-AUDIT · BRANCHENVORLAGE BAU & HANDWERK

Ahornblick Bau · Status Quo

Anbau · Sanierung · Neubau · Berlin/Brandenburg · ca. 14 Mitarbeitende · inhabergeführt

1 AUF EINEN BLICK

Ahornblick Bau ist ein inhabergeführter Meisterbetrieb für Anbau, Sanierung und Neubau in Berlin und im Brandenburger Umland. Die Kernchance: Die Aufträge kommen fast ausschließlich über Empfehlungen – das spricht für die Qualität der Arbeit, macht den Zulauf aber unplanbar. Das drängendste Problem: **Es gibt keinen einzigen Weg, auf dem ein Interessent ohne Telefonat eine Anfrage stellen kann.** Wer abends um 21 Uhr über einen Anbau nachdenkt, findet eine Visitenkarten-Website und legt das Thema wieder weg.

–9,2 %

Auftragseingang im Bauhauptgewerbe, Juli 2026 gegenüber Vormonat

Quelle: Statistisches Bundesamt, PM 338 v. 09/2026

–1,9 %

gegenüber dem Vorjahresmonat – der Markt trägt den Auftragseingang nicht mehr von allein

Quelle: Statistisches Bundesamt, PM 338 v. 09/2026

ca. 84 €

Richtwert Kosten pro Anfrage in der Kategorie „Handwerk und Haus“ über Suchanzeigen

Quelle: LocalIQ-Benchmark 2026, in Euro umgerechnet

2 ANGEBOT & POSITIONIERUNG

Verkauft werden Anbauten und Aufstockungen, energetische Sanierungen, Rohbau und Gesamtausführung sowie einzelne Gewerke wie Dach, Fassade, Keller und Carport. Fachlich ist der Betrieb breit aufgestellt – nach außen kommt davon wenig an: Die Website zählt Leistungen auf, beantwortet aber nicht die Frage, die jeder Bauherr zuerst stellt: Halten die den Termin und den Preis? Der Meistertitel, die Festpreis-Logik nach Aufmaß und der feste Ansprechpartner sind echte Unterscheidungsmerkmale, werden aber nirgends als solche benannt.

3 ZIELGRUPPEN

PRIMÄR Eigenheimbesitzer zwischen 40 und 65 in Berlin und im Speckgürtel, mit konkretem Vorhaben am eigenen Haus. Haben meist schon zwei bis drei Angebote eingeholt, die sich nicht vergleichen lassen, und fürchten vor allem Bauverzug und Nachträge.

SEKUNDÄR Käufer sanierungsbedürftiger Bestandsimmobilien mit Zeitdruck · Eigentümer, die ein einzelnes Gewerk vergeben und den Betrieb dabei kennenlernen wollen.

4 AKTUELLE MARKETING-AUSRICHTUNG & KANÄLE

Website: vorhanden, seit Jahren unverändert. Leistungsübersicht, Kontaktseite mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Kein Anfrageformular, keine Projektbilder mit Ausgangslage und Ergebnis, keine Angaben zum Ablauf einer Zusammenarbeit.

Social Media: ein Facebook-Profil, letzter Beitrag vor über einem Jahr. Kein Instagram, obwohl Bauprojekte visuell dankbar sind.

Bezahlte Ads: keine. Neukunden kommen über Empfehlungen, gelegentlich über Portale wie MyHammer – dort im direkten Preisvergleich mit Anbietern ohne Meisterqualifikation.

5 PERFORMANCE & FUNNEL-REIFE (IST)

Funnel-Reife faktisch null. Es existiert kein Weg von „Interesse“ zu „Anfrage“, der ohne Telefonat funktioniert – und genau das ist die Hürde, an der abends und am Wochenende jede Anfrage scheitert. Kein Social Proof in Form von Projektdokumentationen, keine Google-Rezensionen, keine Sichtbarkeit bei Suchanfragen im Einzugsgebiet. Es gibt auch keine Messung: Der Betrieb weiß nicht, wie viele Interessenten die Website erreichen und wie viele davon abspringen.

6 GRÖSSTE UNGENUTZTE POTENZIALE

- Kein Anfrageweg ohne Telefonat – der mit Abstand größte und am schnellsten behebbarer Hebel
- Keine sichtbaren Referenzprojekte, obwohl abgeschlossene Bauten fotografisch dokumentiert vorliegen
- Meisterqualifikation, Festpreis nach Aufmaß und fester Ansprechpartner werden nirgends ausgespielt
- Keine Vorqualifizierung: Anfragen zu Kleinstaufträgen kosten dieselbe Zeit wie Anbauten
- Auslastungstaler werden nicht antizipiert, sondern im Nachhinein bemerkt

MUSTER-AUDIT · BRANCHENVORLAGE BAU & HANDWERK

Ahornblick Bau · Optimierung & Strategie

Anbau · Sanierung · Neubau · Berlin/Brandenburg · ca. 14 Mitarbeitende · inhabergeführt

Kunden-Funnel · Einstiegsbudget 600 €/Monat

7 OPTIMIERUNGS-VORSCHLÄGE

● Quick Wins

- Anfragestrecke mit Ersteinschätzung statt Telefonnummer
- Zehn abgeschlossene Projekte mit Vorher-Nachher dokumentieren
- Google-Unternehmensprofil anlegen, Bestandskunden um Rezensionen bitten

● Strukturell

- Kunden-Funnel mit Verzweigung nach Vorhaben-Typ statt Einzelanzeigen
- Automatische Rückmeldung und Wiedervorlage für jede eingehende Anfrage
- Projektfotos systematisch erfassen – Baustelle als Content-Quelle

8 KANAL-STRATEGIE & BUDGET-SPLIT

KANAL	ANTEIL	BUDGET/MON.	BEGRÜNDUNG
Meta Ads (Insta/FB)	65 %	390 €	Bauvorhaben sind anlassgetrieben – erreicht Menschen im Einzugsgebiet, bevor sie zu suchen beginnen
Google Search	20 %	120 €	Fängt die aktiv Suchenden ab („Anbau Kosten Berlin“) – teurer, aber kaufbereiter
Retargeting	15 %	90 €	Bauentscheidungen brauchen Wochen – holt abgesprungene Besucher zurück

9 FUNNEL- & BOTSCHAFTS-KONZEPT

TOFU→MOFU→BOFU: Aufmerksamkeit über Bild- und Video-Anzeigen mit echten Baustellen statt Renderings → Landingpage mit Verzweigung nach Vorhaben-Typ (Bestandsobjekt / Neubau / Einzelgewerk) → drei kurze Fragen zu Planungsstand und Zeitraum → schriftliche Ersteinschätzung statt Vertreterbesuch, Rückmeldung binnen zwei Werktagen.

Emotionale Fundierung: Die Zielgruppe ist sicherheitsgetrieben, mit Kontrolle über Kosten und Termine als zweitem Motiv – angelehnt an das Emotionssystem-Modell von Häusel/Nymphenburg. Konsequenz für jede Zeile Werbetext: überprüfbare Zusagen schlagen Superlative, Rabatte und Verknappung schrecken ab.

Hook-Winkel für das Creative-Testing:

- „Festpreis nach Aufmaß – keine Nachträge, die Sie nicht vorher kannten“
- „Ihr Anbau, geplant und gebaut vom selben Meisterbetrieb“
- „In 60 Sekunden zur Ersteinschätzung – ohne Vertreterbesuch“

10 FAHRPLAN

PHASE 1 · MON. 1-2

Fundament

600 €, Funnel und Tracking aufsetzen, erste Creatives aus eigenen Baustellenfotos. Ziel: 8-12 qualifizierte Anfragen.

PHASE 2 · MON. 3-6

Skalierung

800-1.200 €, Creatives je Vorhaben-Typ trennen, Google Search ergänzen. Ziel: planbare Auslastung.

PHASE 3 · AB MON. 7

Optimierung

Kosten pro Anfrage je Typ bekannt; skaliert wird nur, wo der Wert unter der Zielmarke liegt.

11 ERWARTBARES ERGEBNIS

Bei 600-1.200 €/Monat realistisch **8-18 qualifizierte Bauanfragen im Monat**, Kosten pro Anfrage je nach Vorhaben-Typ **40-120 €** – Einzelgewerke günstiger, Anbau und Neubau teurer. Entscheidend ist nicht die Menge, sondern der Anteil, der zum Aufmaß führt. Bandbreite, keine Garantie.

Nächster Schritt

30 Min. Erstgespräch – Vorhaben-Mix, Einzugsgebiet & Startbudget klären, unverbindlich

[Erstgespräch buchen →](#)

Annahmen-Notiz: „Ahornblick Bau“ ist ein fiktives Muster-Profil, zusammengesetzt aus typischen Merkmalen kleiner inhabergeführter Bau- und Ausbaubetriebe in Berlin und Brandenburg (HBC-Branchen-recherche, Sept. 2026). Kein realer Kunde – Vorlage, die vor dem Versand mit den echten Daten der Zielperson personalisiert wird. Marktzahlen: Statistisches Bundesamt, Auftragseingang im Bauhauptgewerbe Juli 2026 (PM 338, 09/2026); Kosten-pro-Anfrage-Richtwerte: LocalIQ-Benchmarks 2026 und Meta-Erfahrungswerte für lokale Dienstleister. Ergebnisspannen sind Prognosen, keine Zusagen.