HANDWERK ATLAS

AUSGABE 2027 · KOSTENLOS



LEITFADEN FÜR INHABERINNEN UND INHABER VON HANDWERKSBETRIEBEN

Gute Leute finden. Gute Kunden halten.

Wie Ihr Betrieb Fachkräfte gewinnt, ohne Stellenanzeige. Und wie ein digitales Schaufenster, das mitdenkt, Ihnen die Hälfte der Routine abnimmt.

VORWORT

Volle Bücher.
Leere Werkstatt.

Sie haben mehr Anfragen, als Sie abarbeiten können. Das Telefon klingelt, während Sie auf der Baustelle stehen. Abends sitzen Sie im Büro und schreiben Angebote für Kunden, die sich nie wieder melden. Und die Stellenanzeige, die vier Wochen online war, hat zwei Bewerbungen gebracht. Eine davon passt.

Das liegt nicht an Ihrem Betrieb. Es liegt daran, dass gute Leute heute anders suchen. Und dass Kunden vorher wissen wollen, wer Sie sind und wann Sie Zeit haben.

Dieser Leitfaden zeigt in sieben Kapiteln, wie Sie beides lösen. Vieles davon setzen Sie in einer Woche selbst um. Für den Rest gibt es den Handwerkatlas.

Angelo Mottola
Founder · Handwerkatlas

INHALT

01	Die drei Lecks	03
02	Warum die Stellenanzeige nicht mehr reicht	04
03	Sechs Fragen vor dem Anruf	05
04	Die 60-Sekunden-Regel	06
05	Kapazität zeigen statt absagen	07
06	Google-Profil: Ihr Empfang	08
07	Das digitale Schaufenster, das mitdenkt	09
08	Ihr Editorial im Handwerkatlas	11
09	Pakete und Preise	12
10	Ihr 30-Tage-Plan	13

7
Kapitel, die Sie in einer Woche umsetzen

15
Minuten Lesezeit

30
Tage bis zum sichtbaren Ergebnis

AUSGANGSLAGE

Ihr Betrieb verliert keine Aufträge. Er verliert Zeit.

In fast jedem Handwerksbetrieb versickert die Woche an denselben drei Stellen. Wer sie schließt, gewinnt Stunden zurück, die heute in Telefonaten, Absagen und Wartezeit verschwinden.

01

Das Telefon

Anrufe während der Arbeit, Rückrufe am Abend, Fragen, die immer gleich sind: Machen Sie auch Bäder? Wann hätten Sie Zeit? Was kostet das ungefähr?

02

Die falschen Anfragen

Kleinaufträge außerhalb Ihres Gebiets, Preisvergleicher, Projekte, die gar nicht zu Ihnen passen. Jede davon kostet ein Gespräch und oft ein Angebot.

03

Die verlorenen Bewerber

Gute Gesellen springen ab, bevor sie sich melden. Anschreiben, Lebenslauf, Portal-Login: Wer schon einen Job hat, macht das nicht.

Ziel dieses Leitfadens: weniger Telefon, passendere Kunden, mehr Bewerbungen. Ohne mehr Arbeit für Sie.



KAPITEL 01

Warum die Stellenanzeige nicht mehr reicht.

Stellen Sie sich vor, Sie suchen ein neues Auto und bekommen nur einen Zettel: „Zuverlässiges Fahrzeug, gute Ausstattung, familiäres Umfeld.“ Kein Foto, kein Preis, keine Probefahrt. Genau so lesen sich die meisten Stellenanzeigen im Handwerk.

Gute Gesellen sind selten auf Jobsuche. Sie haben einen Job und vergleichen leise. Wer wechselt, wechselt zu einem Chef, den er einschätzen kann. Eine Anzeige zwischen Konzernen und Zeitarbeit gibt ihm dafür keinen Grund.

SO KLINGT ES ÜBERALL

„Wir bieten ein familiäres Arbeitsumfeld, leistungsgerechte Bezahlung und abwechslungsreiche Aufgaben.“

SO KLINGT IHR BETRIEB

„Du fährst einen eigenen Transporter, bist um 16:30 Uhr zu Hause und baust Bäder, die wir hinterher fotografieren.“

Merksatz: Fachkräfte bewerben sich nicht auf Stellen. Sie bewerben sich auf Betriebe, die sie schon ein bisschen kennen.



KAPITEL 02

Sechs Fragen vor dem Anruf.

Bevor jemand zum Telefon greift, beantwortet er sich im Kopf sechs Fragen. Je mehr davon Sie vorher beantworten, desto eher klingelt es. Und desto besser passt, wer anruft.

Wer ist der Chef?

Ein Foto und zwei Sätze von Ihnen wirken stärker als jedes Leitbild.

Mit wem arbeite ich?

Gesichter aus dem Team, gern mit den Spitznamen, die es ohnehin gibt.

Womit arbeite ich?

Fahrzeug, Werkzeug, Werkstatt. Gutes Werkzeug ist ein Argument.

Was verdiene ich ungefähr?

Ein Rahmen genügt. Wer ihn nennt, spart beiden Seiten Zeit.

Wann ist Feierabend?

Arbeitszeiten, Bereitschaft, Wochenenden. Ehrlich.

Wie geht es weiter?

Meisterschule, Weiterbildung, Verantwortung. Gerade für Jüngere entscheidend.

Praxis: Beantworten Sie alle sechs Fragen auf einer einzigen Seite. Genau das leistet ein Editorial im Handwerkatlas.

KAPITEL 03

Die 60-Sekunden-Regel.

Jedes zusätzliche Feld im Bewerbungsprozess kostet Sie Bewerber. Ein Anlagenmechaniker, der abends auf dem Sofa Ihre Seite sieht, schreibt kein Anschreiben. Er tippt seine Nummer ein, wenn man ihn lässt.

1

Name und Nummer

Zwei Felder. Kein Login, kein PDF, kein Anschreiben.

60 Sekunden

2

Rückruf vom Chef

Innerhalb von 24 Stunden. Der schnellste Betrieb gewinnt.

10 Minuten

3

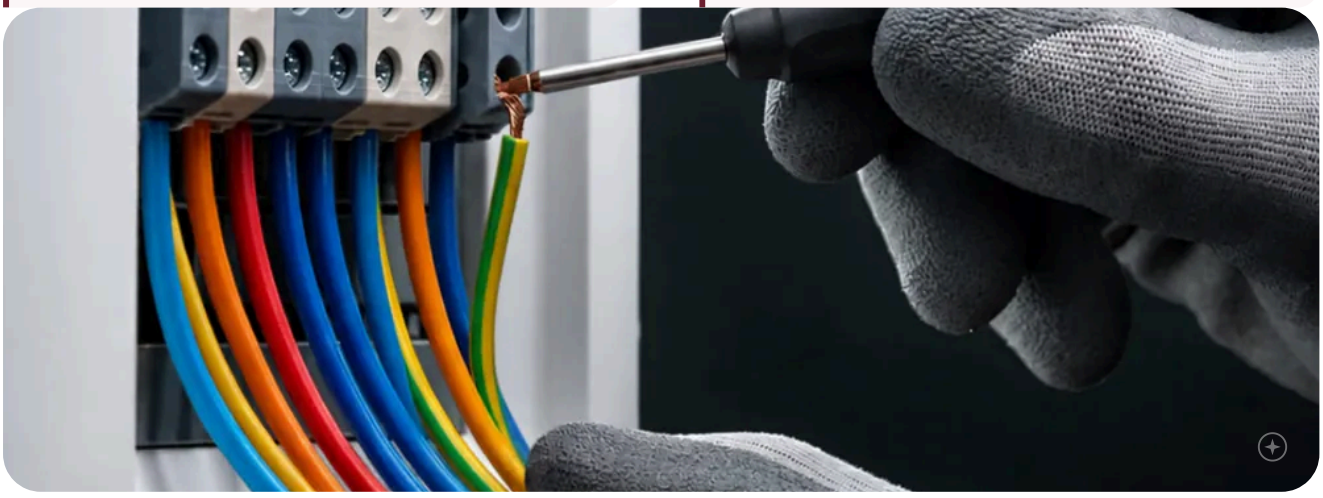
Probetag

Ein halber Tag im Team ersetzt jedes Vorstellungsgespräch.

4 Stunden

Praxistipp: Legen Sie fest, wer im Betrieb Rückrufe übernimmt und bis wann. Ein Rückruf am selben Tag ist das stärkste Signal, das Sie senden können.

Für Ihre Seite: Ein Knopf „In 60 Sekunden bewerben“ direkt an jeder Stelle. Die Nummer landet bei Ihnen, nicht in einer Bewerberdatenbank.



KAPITEL 04

Kapazität zeigen statt absagen.

Volle Auftragsbücher sind ein gutes Problem. Aber sie erzeugen Frust auf beiden Seiten: Der Kunde ruft fünf Betriebe an, bekommt vier Absagen und einen Rückruf in drei Wochen. Ihr Büro verbringt Stunden mit Gesprächen, die zu keinem Auftrag führen.

Grün · Nimmt Aufträge an

Luft im Kalender. Passende Projekte sind willkommen.

Gelb · Termine ab März

Ein ehrlicher Starttermin statt „Wir melden uns“. Wer planen kann, wartet gern.

Rot · Aktuell ausgelastet

Kein Anruf, keine Absage. Der Kunde sieht sofort, wer stattdessen passt.

OHNE AMPEL

Zehn Anrufe pro Woche, sieben Absagen, ein enttäuschter Kunde, der sich mit einer schlechten Bewertung rächt.

MIT AMPEL

Drei Anrufe pro Woche, von Kunden, die wissen, dass Sie erst im März können. Und trotzdem anrufen.



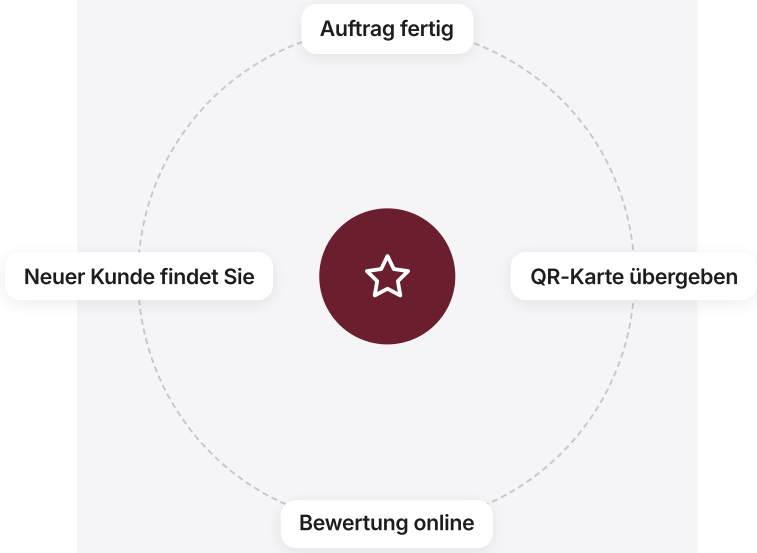
KAPITEL 05

Ihr Google-Profil: der unterschätzte Empfang.

Für viele Kunden ist Ihr Google-Profil der erste Eindruck, oft noch vor Ihrer Website. Drei Dinge entscheiden dort, ob jemand anruft oder weiterscrollt: Bewertungen, Bilder und Antworten.

- **Bewertungen systematisch einsammeln.** Eine kleine Karte mit QR-Code, die Ihre Monteure nach dem Termin übergeben.
- **Auf jede Bewertung antworten.** Auch auf die kritischen. Spätere Kunden lesen Ihre Antwort genauer als die Kritik.
- **Adresse und Telefon überall gleich.** Website, Google, Branchenbücher. Widersprüche kosten Sichtbarkeit.
- **Echte Fotos statt Prospektbilder.** Ihr Team, Ihre Fahrzeuge, Ihre fertigen Projekte.
- **Leistungen einzeln anlegen.** „Wärmepumpe“, „Badsanierung“, „Barrierefreies Bad“. Jede Leistung ist ein Suchbegriff.

DER BEWERTUNGS-KREISLAUF



Im digitalen Schaufenster läuft dieser Kreislauf automatisch: Nach dem Termin geht die Bitte um eine Bewertung von selbst raus.

KAPITEL 06

Keine neue Website.
Ein Schaufenster, das mitdenkt.

Eine klassische Website ist eine Visitenkarte. Sie liegt da und wartet. Ein digitales Schaufenster arbeitet mit: Es beantwortet Fragen, sortiert Anfragen, sammelt Bewerbungen und Bewertungen ein und meldet Ihnen nur noch, was wirklich zu Ihnen passt.

Anfrage-Weiche
sortiert nach Vorhaben, PLZ und Wunschtermin

60-Sekunden-Bewerbung
Name und Nummer, Rückruf durch Sie

Kapazitätsampel
ein Fingertipp statt zehn Absagen

Ihr Schaufenster
ein Ort, an dem alles zusammenläuft

Bewertungs-Automatik
Bitte um Bewertung nach jedem Auftrag

Antworten rund um die Uhr
die zehn häufigsten Fragen beantwortet

Monatsbericht
Anfragen, Bewerbungen, Sichtbarkeit auf einer Seite

Ein Ökosystem statt fünf Insellösungen. Alles läuft auf Ihrer Domain, die Daten gehören Ihnen.

Derselbe Dienstag. Zweimal erlebt.

	HEUTE	MIT SCHAUFENSTER
07:30	Drei Anrufe während der Anfahrt. Zwei wollen nur wissen, ob Sie Bäder machen.	Kein Anruf. Die Fragen beantwortet das Schaufenster, die Anfragen liegen sortiert im Postfach.
10:00	Kunde fragt nach einem Termin. Sie sind auf dem Dach und rufen abends zurück.	Die Ampel zeigt „Termine ab März“. Der Kunde trägt sich ein und wartet gern.
13:00	Ein Geselle sieht Ihre Anzeige, scheitert am Anschreiben und bewirbt sich woanders.	Er tippt Name und Nummer ein. Sie bekommen eine Nachricht und rufen nach Feierabend an.
17:00	Sie wollen um eine Bewertung bitten und vergessen es. Wie jedes Mal.	Die Bitte um Bewertung ging automatisch raus. Zwei neue Sterne bei Google.
20:00	Büro: Angebote für Anfragen, die nicht passen. Rückrufe. Mails.	Feierabend. Am Monatsende kommt eine Seite Bericht: Was lief, was nicht.

Das Schaufenster nimmt Ihnen die Hälfte der Routine ab. Die andere Hälfte bleibt, wo sie hingehört: beim Meister.

KAPITEL 07

Ihr Editorial
im Handwerkatlas.

Das Editorial bündelt alles aus diesem Leitfaden auf einer Seite: Ihre Geschichte, Ihr Team, Ihre Projekte, Ihre offenen Stellen, Ihre Kapazität. Es ist kein Eintrag, den Sie pflegen müssen. Unsere Redaktion schreibt, Sie geben frei.

- **Zwei Türen.** Kunden fragen ein Projekt an, Fachkräfte bewerben sich in 60 Sekunden. Bis zu fünf Stellen gleichzeitig, Ausbildungsplätze frei.
- **Gefunden bei Google und KI.** Ihre Stellen erscheinen in der Jobsuche von Google, Ihr Betrieb in den Antworten von KI-Assistenten für Ihre Region.
- **Keine Leadgebühren.** Anfragen und Bewerbungen gehen direkt an Sie. Niemand kauft sich vor Sie.
- **Siegel »Geprüft & Verifiziert«.** Handwerksrolle, Meister, Betriebshaftpflicht, persönliches Gespräch. Für Profil, Website, Ladentür und Fahrzeug.



Das Siegel gibt es nur nach Prüfung. Einmal im Jahr prüfen wir nach.

PAKETE UND PREISE

Der Preis einer Anzeige.
Für ein ganzes Jahr.

Eine Stellenanzeige auf einer großen Jobbörse

1.399 €

30 Tage, eine Stelle[1]

Editorial im Handwerkatlas

1.490 €

12 Monate, 5 Stellen gleichzeitig, Ausbildung frei, plus Kunden

Grundeintrag

Auffindbar im Atlas.

0 €

dauerhaft kostenlos

- Name, Gewerke, Ort, Telefon
- Sichtbar im Selektor

Eintrag bestätigen auf **handwerkatlas.eu**

GRÜNDUNGSBETRIEB

Editorial

Schaufenster für Kunden und Fachkräfte.

1.490 € / Jahr

124,17 € im Monat · Preisgarantie · jährlich kündbar

- Editorial von unserer Redaktion
- Siegel »Geprüft & Verifiziert«
- Bis zu 5 Stellen gleichzeitig, Ausbildung frei
- Google und KI-Suche
- Kapazitätsampel, Monatsbericht

Scannen und direkt buchen

Editorial + Schaufenster

Ihre Anfrage- und Bewerberseite im Handwerkatlas. Ihre Website bleibt.

2.995 € einmalig

Editorial im 1. Jahr inklusive · ab Jahr 2 für 1.490 € pro Jahr

- Schaufenster unter handwerkatlas.eu/ihr-betrieb
- Anfrage-Weiche, 60-Sekunden-Bewerbung
- Google-Profil, Bewertungs-Automatik
- QR-Code für Fahrzeug und Visitenkarte

Scannen und direkt buchen

Mehr Stellen oder Standorte: Stellen-Plus, 5 weitere Stellen gleichzeitig, 490 € pro Jahr · weiterer Standort 990 € pro Jahr · ab 20 Stellen Arbeitgeber-Editorial · ganze Website als Schaufenster ab 4.900 €, individuelles Angebot.
Alle Preise sind Endpreise. Gemäß § 19 UStG wird keine Umsatzsteuer berechnet. Zahlung per Karte, SEPA, PayPal oder Rechnung. [1] Listenpreis Stepstone „Pro“, 30 Tage, eine Stelle, laut stepstone.de, Stand November 2026.

IHR 30-TAGE-PLAN

Vier Wochen.
Eine Stunde pro Woche.

Abhaken, weitermachen. Wer diesen Plan durchzieht, hat nach einem Monat ein Google-Profil, das Kunden überzeugt, eine Bewerbung, die nicht abschreckt, und einen Kalender, den Kunden verstehen.

WOCHE 1

Sichtbar werden

- [ ] Fünf echte Fotos machen: Sie, das Team, ein Fahrzeug, zwei fertige Projekte
- [ ] Google-Profil prüfen: Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Leistungen einzeln
- [ ] Eintrag im Handwerkatlas bestätigen

WOCHE 2

Bewerben leicht machen

- [ ] Zwei Sätze schreiben: Warum arbeitet man gern bei Ihnen?
- [ ] Gehaltsrahmen für offene Stellen festlegen
- [ ] Festlegen, wer Bewerber innerhalb von 24 Stunden zurückruft

WOCHE 3

Kunden sortieren

- [ ] Kapazität ehrlich einschätzen: Ab wann können Sie neue Projekte annehmen?
- [ ] Die zehn häufigsten Kundenfragen aufschreiben
- [ ] Wunschaufträge benennen: Welche Projekte wollen Sie mehr?

WOCHE 4

Kreislauf starten

- [ ] Bewertungskarten mit QR-Code für die Monteure drucken
- [ ] Auf alle Google-Bewertungen antworten
- [ ] Editorial oder Schaufenster freigeben und live gehen



IHR NÄCHSTER SCHRITT

Wir bauen Ihr Muster-Editorial. Kostenlos, vorab.

Mit Ihren Bildern und Ihren offenen Stellen. Sie sehen es fertig und entscheiden dann. Gefällt es Ihnen nicht, war es für Sie kostenlos.

Angelo Mottola
Founder · Handwerkatlas

0152 26437742
angelo@handwerkatlas.de
handwerkatlas.eu

Alle Details und Muster-Editorials

HANDWERK
ATLAS

Gutes Handwerk finden. Und finden lassen.

Handwerkatlas ist ein Projekt von AMO Consulting · Am Klösterchen 1 · 51375 Leverkusen · angelo@handwerkatlas.de