

Wie funktioniert der Kaufprozess im Malerhandwerk?

Kunden verstehen – Stammkunden begeistern

Sandra Wichern | 6. Oktober 2025



Was passiert eigentlich zwischen Bedarf und Auftrag?

Nur wer den Kaufprozess wirklich versteht, kann Kunden gezielt und effektiv binden.

Im Malerhandwerk zählen persönliche Nähe, Vertrauen und Timing mehr als bunte Werbung. Die Entscheidung für einen Malerbetrieb ist eine Vertrauenssache – kein Impulskauf.

Stammkunden sind Ihr direkter Zugang zu kalkulierbaren Umsätzen und Empfehlungen. Sie kennen bereits Ihre Arbeitsqualität und verkürzen den Entscheidungsprozess erheblich.

→ typische Entscheidungsphasen und die dazugehörigen Kundenkontaktpunkte



Der Weg zum Auftrag – die fünf entscheidenden Phasen



Problemerkennung

Der Kunde bemerkt Handlungsbedarf – Fassade zeigt Moose, Abplatzungen oder die Innenräume wirken abgewohnt. „Warum renovieren? Was passiert, wenn ich warte?“

Kontaktpunkt: Firmenwagen, Social Media, regionale Werbung



Informationssuche

Google-Recherche, Nachbarn befragen, Bewertungsportale studieren. „Wer ist der richtige Anbieter für mein Projekt?“

Kontaktpunkt: Website, Bewertungen, Empfehlungen, Telefonanruf



Optionen abwägen

Meist werden 3-5 Angebote eingeholt und intensiv verglichen – Preis, Leistung, Sympathie. „Wer wirkt kompetent und zuverlässig?“

Kontaktpunkt: Angebotsgespräch, Vor-Ort-Besichtigung, Angebot



Entscheidung

Die finale Entscheidung fällt überraschend oft zugunsten der Sympathie, nicht des günstigsten Preises. „Bin ich sicher, dass Preis und Leistung stimmen?“

Kontaktpunkt: Persönlicher Kontakt, Referenzprojekte, Projektabwicklung



Nachkaufverhalten

Positive oder negative Erfahrungen werden aktiv geteilt – entscheidend für zukünftige Empfehlungen. „War das die richtige Wahl? Empfehle ich weiter?“

Kontaktpunkt: Service nach Auftrag, Zufriedenheitsabfrage, Rechnung

Entscheidende Erkenntnisse

- 82% der privaten Bauherren vergleichen mindestens zwei Angebote
- 63% geben an, dass persönliche Empfehlungen mehr Vertrauen schaffen als jede Werbung
- Die Entscheidungsphase dauert bei Erstaufträgen durchschnittlich 4-8 Wochen



Was macht Stammkunden so wertvoll?

Der direkte Draht, der Entscheidungen beschleunigt

2

Phasen übersprungen

Stammkunden suchen und vergleichen kaum noch – sie vertrauen auf bewährte Qualität

70%

Schnellere Entscheidungen

Vertrauen und erlebte Kompetenz beschleunigen den gesamten Auftragsprozess erheblich

7x

Höhere Abschlussrate

Weniger Preisdebatten, mehr Treue – Stammkunden beauftragen deutlich häufiger

Es geht hier nicht um nette Kundenbindung oder Wohlfühl-Marketing. [Stammkundenpflege ist knallharte Betriebswirtschaft](#) und der direkteste Weg zu planbaren Umsätzen und höherer Rentabilität.

Überlegungen: Wann und wie entsteht Kaufbereitschaft?

Kontaktpunkte erkennen und nutzen

Persönliche Empfehlung schlägt Werbung

Online-Recherche zählt, aber eine persönliche Empfehlung ist doppelt so einflussreich wie jede Werbeanzeige. Mundpropaganda wirkt bei Dienstleistungen nachhaltiger als bezahlte Kommunikation.

Proaktive Ansprache zur richtigen Zeit

Kunden reagieren besonders positiv, wenn sie rechtzeitig angesprochen werden – bei saisonalen Aktionen oder nach dem typischer Renovierungsrhythmus.

Gesteuerte Kontaktpunkte verhindern Abwanderung

Gezielt gesteuerte Berührungspunkte sorgen dafür, dass Stammkunden nicht zur Konkurrenz wechseln, sondern erneut beauftragen oder aktiv weiterempfehlen.



Aus Kundendaten werden kontinuierliche Aufträge

Stammkundenbeziehung systematisch stärken



Vorhandenes Wissen intelligent nutzen

Dokumentieren Sie Zeitpunkt des letzten Auftrags, bevorzugte Materialien und spezielle Kundenwünsche. Diese Informationen sind Gold wert für die nächste Kontaktaufnahme.



Exklusive Serviceangebote entwickeln

Bieten Sie Inspektionen an oder schaffen Sie exklusive Angebote nur für Stammkunden. Zeigen Sie, dass Treue belohnt wird.



Professionelle Nachbetreuung etablieren

Aktive Zufriedenheitsabfrage, optimierte Online-Bewertungen und kleine Aufmerksamkeiten schaffen nachhaltiges Vertrauen und Weiterempfehlungsbereitschaft.



Systematisches Empfehlungsmarketing

Bitten Sie Stammkunden gezielt um Empfehlungen und bieten Sie echte Vorteile – sowohl für den Empfehlungsgeber als auch für den neuen Kunden.

Zeit für konkrete Schritte: Ihr Praxis-Fahrplan

Nachdem wir die entscheidenden Phasen des Kaufprozesses und die Möglichkeiten in Bezug auf Stammkunden beleuchtet haben, ist es nun an der Zeit, diese Erkenntnisse in Maßnahmen umzusetzen.

Wandeln Sie Ihr Wissen in messbare Erfolge um – mit effektiven Strategien, die sich sofort in Ihrem Malerbetrieb anwenden lassen.





3 Maßnahmen für mehr Stammkundenbindung

1

Nach jedem Auftrag

Persönlicher Anruf zur Zufriedenheitsabfrage plus individuelles Dankeschreiben. Zeigen Sie, dass der Kunde mehr ist als nur eine Rechnung.

2

Alle 4-12 Monate

Versendung von Service-Informationen, praktischen Pflegetipps und kleinen Wartungsangeboten. Bleiben Sie als Experte im Gedächtnis.

3

Jährlich

Exklusives Stammkundenangebot mit proaktiver Terminvereinbarung. Planen Sie Renovierungszyklen vorausschauend mit.

📌 Erfolgsgeheimnis: Jeder Kontakt muss für den Kunden einen Mehrwert bieten – nie nur verkaufen, sondern immer auch beraten, wertschätzen und helfen.

Was wann für wen?:

Optimale Zeitpunkte für die Wiederansprache definieren

- 1 — Innenräume**
Haushalte mit Kindern und Haustieren oder gewerbliche Kunden benötigen häufigere Renovierungen. Abnutzung an stark frequentierten Bereichen.
- 2 — Holzschutz**
Holzfenster, Außentüren und Holzfassaden brauchen regelmäßigen Schutzanstrich gegen Witterungseinflüsse.
- 3 — Fassaden**
WDVS und Putzfassaden zeigen je nach Witterung und Ausrichtung erste Verschleißerscheinungen.

Warum proaktive Ansprache wirkt

- Proaktive Ansprache wirkt wie eine hilfreiche Service-Erinnerung, nicht wie Werbung
- **Erster Kontakt = größte Chance** auf Auftrag ohne Konkurrenz
- Kunde spart sich die mühsame Handwerkersuche



Wer zum richtigen Zeitpunkt anruft, hat bereits gewonnen. Die meisten Handwerker warten, bis der Kunde sie sucht – dabei liegt der Erfolg im proaktiven Handeln.

Kontakt-Tools im Überblick

- Persönliche Telefonate
- Persönliche Besuche
- Handgeschriebene Postkarten
- Briefe und Flyer
- Saisonale Tipps per E-Mail (Newsletter)
- WhatsApp-Nachrichten (bei jüngerer Zielgruppe)
- Kleine Aufmerksamkeit (Kalender, Gutscheine)
- Events (neue Ausstellung im Show-Room, Jubiläum)



Nächste Schritte

Stammkundendatei aufbauen

Erfassen Sie systematisch alle Kundenkontakte der letzten 3 Jahre mit Auftragsdaten, Präferenzen und Kontaktterminen.

Kontaktrhythmus definieren

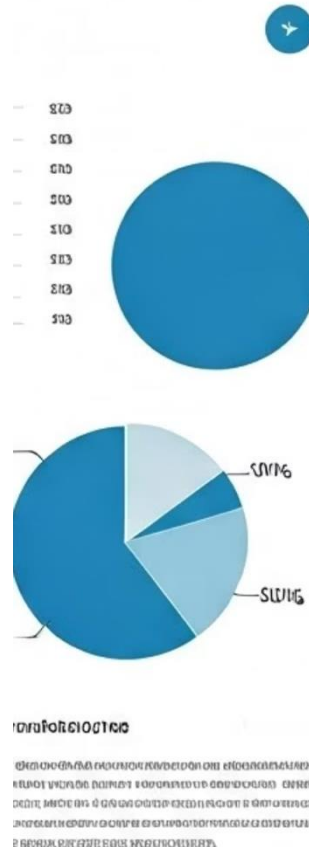
Legen Sie feste Termine für die Kundenpflege fest – nutzen Sie Ihren Kalender als Verkaufstool.

Empfehlungssystem etablieren

Entwickeln Sie attraktive Anreize für Kundenempfehlungen und kommunizieren Sie diese aktiv.

Erfolg messbar machen

Dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse – nur was gemessen wird, kann verbessert werden.



Der wichtigste Praxistipp: Kontaktfrequenz schlägt Kontaktqualität

4-6x

pro Jahr kontaktieren reicht aus, um beim Kunden "Top of Mind" zu bleiben

Kleine Kontakte, große Wirkung

Ein kurzer Anruf oder eine persönliche WhatsApp wirkt oft stärker als aufwändige Mailings. Authentizität schlägt Perfektion.

Timing ist entscheidend

Oftmals gehen Aufträge an Handwerker, die rechtzeitig und präsent waren, wenn der Kunde Bedarf hatte. Nicht der Beste gewinnt, sondern zum Teil der Erste.

Regelmäßigkeit vor Intensität

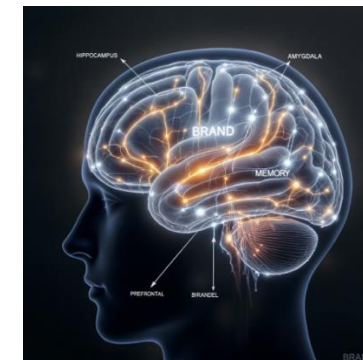
Lieber alle 2 Monate ein kurzer Kontakt als einmal im Jahr ein aufwändiger Besuch. Das Unterbewusstsein entscheidet durch Präsenz.

"Der Kunde kauft nicht vom besten Handwerker, sondern von dem, an den er sich als erstes erinnert, wenn er einen braucht."

Die Psychologie dahinter

Je häufiger wir mit einer Marke oder Person in Kontakt kommen, desto vertrauter und sympathischer wird sie uns. Im Handwerk entscheidet oft die Präsenz zum richtigen Zeitpunkt.

Studien der Handwerkskammern belegen: **Betriebe mit systematischer Stammkundenpflege haben 40% stabilere Umsätze** und überstehen Krisen deutlich besser.



Sofortmaßnahmen für Herbst/Winter: Drei Hebel mit schneller Wirkung



Top-10-Aktion

Direkter Chef-Anruf bei Ihren 10 besten Kunden. Persönlicher Dank, Nachfrage Pro und Contra, Nachfrage nach neuen Projekten, Aktion anbieten.

- Zeitaufwand: 2-3 Stunden
- Feldforschung
- ROI: Meist 1-2 sofortige Aufträge



Herbst-Inspektion

Kostenloser Fassaden-Check vor dem Winter. Kleine Reparaturen sofort anbieten, größere Projekte für das Frühjahr vormerken.

- Positionierung als Servicepartner
- Durchschnittlich 2-3 Sofortaufträge pro 10 Inspektionen
- Basis für Frühjahrsplanung



Empfehlungsprogramm

Systematisches Belohnungssystem für erfolgreiche Kundenempfehlungen – 5% Rabatt oder 100€ Gutschein bei Auftragsvergabe.

- Steigerung der Neukundenquote
- Empfohlene Kunden haben 16% höhere Auftragswerte
- Selbstverstärkender Effekt

Konkrete Umsetzung in den nächsten 14 Tagen

Woche 1: Vorbereitung

1. Kundendatabase nach letzten Aufträgen sortieren
2. Top-10-Liste der wertvollsten Kunden erstellen
3. Inspektions-Checkliste entwickeln
4. Empfehlungsgutscheine designen lassen

Woche 2: Umsetzung

1. Top-10-Anrufe durchführen (je 15-20 Min.)
2. Herbst-Inspektion wird kommuniziert und erste Termine vereinbart
3. Empfehlungsprogramm bei allen Kontakten erwähnen
4. System zur Dokumentation wird aufgesetzt

Zusammenfassung: Ihre nächsten Schritte

1 Stammkunden priorisieren

65-70% aller Handwerks-Aufträge kommen aus Wiederholungs- und Empfehlungsgeschäften. Investieren Sie systematisch in diese Goldgrube.

2 Praxisfahrplan aufsetzen

Proaktive Kontaktaufnahme nach einem definierten Zeitraum trifft den optimalen Renovierungszeitpunkt und sichert Aufträge ohne Konkurrenz.

3 Sofort starten mit Top-10-Aktion

Rufen Sie diese Woche Ihre 10 besten Kunden an. 2-3 Stunden Zeitinvestition können motivieren und 2-3 Aufträge bedeuten.

4 Regelmäßigkeit entwickeln

4-6 Kontakte pro Jahr reichen aus. Kleine, regelmäßige Aufmerksamkeiten schlagen seltene große Aktionen.

- ❏ Erfolgsmessung: Dokumentieren Sie jeden Kundenkontakt und messen Sie die Erfolgsquote. Stammkundenpflege wird nur durch Systematik zum nachhaltigen Erfolgsfaktor.

Ein gut gepflegter Stammkunde ist mehr wert als zehn unbekannte Interessenten. Starten Sie noch heute – Ihr Wintergeschäft und die Planungssicherheit für das kommende Jahr danken es Ihnen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen und Austausch

Haben Sie Fragen zur praktischen Umsetzung? Welche Erfahrungen haben Sie bereits mit der Stammkundenpflege gemacht?

Sandra Wichern Marketingberatung & -unterstützung, KI-Management