



@digital_done_right
Next-Level-Wachstum

Mehr und bessere
Bewertungen für
Ihren Betrieb

BEWERTUNGEN: MARKETING GOLD



DIGITAL.DONE.RIGHT.

© digital-done-right.com

Inhaltsverzeichnis

★ Mehr und bessere Bewertungen für lokale Betriebe.....	3
Warum Kundenbewertungen Ihr stärkstes Marketing sind.....	3
Warum Bewertungen so wichtig sind.....	3
Wie es funktioniert – mehr und bessere Bewertungen gewinnen.....	4
1. Zufriedenheit schaffen – und dann direkt fragen.....	4
2. Den Prozess so einfach wie möglich machen.....	4
3. Freundlich erinnern.....	5
4. Auf allen relevanten Plattformen präsent sein.....	5
5. Team einbeziehen.....	5
6. Antworten auf alle Bewertungen.....	5
Praxisbeispiele – Thomas & Marie.....	6
Thomas – Klempner aus Wiesbaden.....	6
Marie – Hochzeitsfotografin aus Mainz.....	6
Praktische Schritte – Ihr 5-Punkte-Plan.....	6
Zusammenfassung & Motivation.....	6

© Digital.Done.Right. Alle Rechte vorbehalten. Erstellt und entwickelt von Andrew Maher. Veröffentlicht von Digital.Done.Right. Dritte Ausgabe, **September 2025**.

Dieses Handbuch ist eine sorgfältige Zusammenstellung und Weiterentwicklung von Ideen und Ressourcen, die zur Unterstützung lokaler Unternehmen gefunden und angewendet wurden.

Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln –elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen oder auf andere Weise – reproduziert oder übermittelt werden.

Design: Digital.Done.Right. Für Anfragen und Genehmigungen wenden Sie sich bitte an: kontakt@digital-done-right.com

Mehr und bessere Bewertungen für lokale Betriebe

Warum Kundenbewertungen Ihr stärkstes Marketing sind

Früher zählte das Schild an der Werkstatt oder die Empfehlung vom Nachbarn. Heute sind es Online-Bewertungen, die über Vertrauen und Aufträge entscheiden.

Ob bei Google, Facebook oder in Branchenportalen – Bewertungen wirken wie das moderne „Mund-zu-Mund-Marketing“. Sie schaffen Glaubwürdigkeit, beeinflussen Kaufentscheidungen und verbessern Ihre Sichtbarkeit.

In diesem Leitfaden zeigen wir, wie Sie **mehr Bewertungen erhalten**, wie diese **besser und aussagekräftiger werden**, und wie Sie auch mit kritischen Stimmen souverän umgehen.

Um das Ganze lebendig zu machen, begleiten uns zwei Beispiele:

- **Thomas**, Klempner aus Wiesbaden, der bisher fast nur dann Bewertungen bekam, wenn mal etwas schief lief.
- **Marie**, Hochzeitsfotografin aus Mainz, die begeistert empfohlen wird – aber deren glückliche Kunden selten online schreiben.

Beide haben das gleiche Ziel wie Sie: **mehr Vertrauen durch echte Stimmen ihrer Kunden.**

Warum Bewertungen so wichtig sind

Bewertungen sind für viele Kunden der erste Eindruck. 85 % der Menschen lesen Rezensionen, bevor sie entscheiden, ob sie Kontakt aufnehmen. In Deutschland, wo Vertrauen und Sicherheit hoch im Kurs stehen, ist das besonders entscheidend.

- **Thomas** merkt: Auch wenn er gute Arbeit macht, schrecken neue Kunden zurück, wenn sie nur zwei alte und eine kritische Rezension sehen.
- **Marie** dagegen hat viele zufriedene Paare – aber wenn diese ihre Freude nicht online teilen, bleibt ihr Profil leer. Das wirkt, als hätte sie kaum Erfahrung.

👉 Das Ergebnis: Ohne aktive Sammlung entsteht ein verzerrtes Bild. Unzufriedene melden sich lauter als zufriedene – und das kann selbst gute Betriebe schwächen.

Zusätzlich berücksichtigt Google die Anzahl und Qualität von Bewertungen als Ranking-Faktor. Mehr gute Rezensionen = höhere Sichtbarkeit bei Google Maps und in der lokalen Suche.

Kurz gesagt: Bewertungen sind **Vertrauenssignal, Marketing und SEO-Faktor in einem**.

Wie es funktioniert – mehr und bessere Bewertungen gewinnen

Der Schlüssel liegt darin, Bewertungen nicht dem Zufall zu überlassen, sondern aktiv in den Kundenprozess einzubauen.

1. Zufriedenheit schaffen – und dann direkt fragen

- Die Grundlage ist immer: hervorragende Arbeit leisten.
- Bitten Sie unmittelbar danach um Feedback, wenn die Erinnerung noch frisch ist.

👉 Thomas baut eine neue Heizung ein und sagt beim Verabschieden: „Wenn Sie zufrieden sind, würden wir uns über eine kurze Google-Bewertung sehr freuen.“

Pro-Tipp: Der beste Moment ist direkt nach dem Auftrag, wenn die Begeisterung noch spürbar ist. Später im Alltag geht die Motivation oft verloren.

2. Den Prozess so einfach wie möglich machen

- Direkte Bewertungslinks nutzen, die genau auf das Eingabefeld führen.
- QR-Codes erstellen (Google bietet diese Möglichkeit).
- Links per WhatsApp, E-Mail, auf Visitenkarten oder kleinen Aufstellern bereitstellen.

👉 Marie verschickt nach jeder Hochzeit eine Dankesmail mit persönlicher Ansprache und Bewertungslink. Viele Paare klicken sofort, weil der Weg so bequem ist.

Beispiele zum Kopieren:

- Dankesnachricht per E-Mail:

„Vielen Dank, dass Sie uns Ihr Vertrauen geschenkt haben. Es wäre großartig, wenn Sie Ihre Erfahrung auf Google teilen. Hier geht's direkt: [LINK].

- QR-Code-Aufsteller an der Theke:

Zufrieden? Scannen Sie hier und bewerten Sie uns in 30 Sekunden.

3. Freundlich erinnern

- Nicht jeder Kunde schreibt sofort. Eine höfliche Erinnerung per Mail oder SMS wirkt Wunder.
- Timing: 1–2 Tage nach dem Auftrag oder der Lieferung.

👉 Thomas schickt am nächsten Tag eine kurze Nachricht: „Danke für den Auftrag – Ihre Meinung hilft uns und anderen Kunden.“

Tipp: Automatisieren Sie Erinnerungen, z. B. über Ihr Auftragsmanagement oder Newsletter-Tool.

4. Auf allen relevanten Plattformen präsent sein

Google ist Pflicht – aber oft nicht genug. Je nach Branche zählen andere Portale ebenfalls:

- **Handwerk/Dienstleistung:** ProvenExpert, Das Örtliche, 11880.
- **Gesundheitswesen:** Jameda, Sanego.
- **Tourismus/Gastronomie:** TripAdvisor, Yelp (wird von Apple Maps genutzt).
- **Kreative Berufe:** Facebook-Empfehlungen, Instagram.

👉 Marie trägt sich zusätzlich bei ProvenExpert ein, das Bewertungen aus mehreren Quellen bündelt. So wirkt ihr Profil gleich doppelt so vertrauenswürdig.

5. Team einbeziehen

- Wenn mehrere Mitarbeiter im Kundenkontakt stehen: Jeder sollte wissen, wann und wie man nach einer Bewertung fragt.
- Schulung: Formulierungen üben, damit es natürlich wirkt.

6. Antworten auf alle Bewertungen

- Jede Rezension verdient eine Antwort – positiv wie negativ.
- Positiv: bedanken, Wertschätzung zeigen.

- Negativ: sachlich bleiben, Verständnis zeigen, Lösung anbieten.

 **Wichtig:** Öffentliche Antworten sind nicht nur für den Kunden gedacht, der die Bewertung geschrieben hat. Sie sind für alle sichtbar und signalisieren, wie professionell Ihr Betrieb mit Feedback umgeht.

Hinweis: Im Guide – *KI für lokale Dienstleister*

<https://digital-done-right.com/artikeln/ki-fuer-lokale-dienstleister/>

erfahren Sie, wie Sie mit ChatGPT professionelle, empathische Antworten auf Bewertungen schreiben – schnell und individuell.

Praxisbeispiele – Thomas & Marie

Thomas – Klempner aus Wiesbaden

Vorher: Nur drei Bewertungen, davon eine kritisch. Neukunden waren verunsichert.

Nachher: Mit QR-Code-Aufklebern im Auto und kurzen Dankes-Nachrichten bittet Thomas konsequent um Feedback. In drei Monaten steigt er von 3 auf 35 Bewertungen – fast alle positiv. Neukunden sagen: „*Wir haben Sie wegen der vielen guten Rezensionen gewählt.*“

Marie – Hochzeitsfotografin aus Mainz

Vorher: Viele Empfehlungen offline, aber online kaum sichtbar.

Nachher: Sie baut eine Routine ein: Jede Dankesmail enthält den Bewertungslink. Bald füllt sich ihr Profil mit langen, emotionalen Rezensionen. Paare schreiben über ihre Freude – und genau diese Worte überzeugen die nächsten Kunden.

Praktische Schritte – Ihr 5-Punkte-Plan

1. **Google-Profil aktualisieren** – Direktlink/QR-Code bereithalten.
2. **5 zufriedene Kunden anschreiben** – noch heute!
3. **QR-Code sichtbar platzieren** – an Eingang, Theke, Auto.
4. **Team einweisen** – jeder bittet freundlich um Feedback.
5. **Alle Bewertungen beantworten** – bedanken, reagieren, zeigen, dass Sie zuhören.

Zusammenfassung & Motivation

Bewertungen sind kein Beiwerk – sie sind das **Herzstück Ihres digitalen**

Vertrauensaufbaus.

- Mehr Bewertungen = mehr Sichtbarkeit.
- Bessere Bewertungen = mehr Vertrauen.
- Professioneller Umgang mit Kritik = mehr Glaubwürdigkeit.

👉 **Thomas** und **Marie** beweisen: Schon kleine Routinen (QR-Code, Dankesmail, kurze Erinnerung) führen in wenigen Wochen zu deutlich mehr Bewertungen.

👉 **Sie** können heute beginnen: Schreiben Sie 5 zufriedene Kunden an, setzen Sie Ihren Bewertungslink ein und antworten Sie auf jede neue Rezension.

Ergebnis: Ihr Betrieb wirkt sichtbar, nahbar und vertrauenswürdig – und das überzeugt die nächsten Kunden, Sie zu wählen.

— Ende des Handbuchs —



Hallo, ich bin Andrew Maher von Digital.Done.Right.

Ich hoffe, Sie fanden diesen Leitfaden hilfreich. Wenn ja, wäre eine Bewertung eine hervorragende Möglichkeit, Ihre Unterstützung für solche Bemühungen zu zeigen.

<https://g.page/r/CRFIJQQYzfJ7EBM/review>

Ich aktualisiere und ergänze diese Leitfäden regelmäßig und halte Sie als Dankeschön auf dem Laufenden.

Wenn Sie mehr suchen, biete ich eine 30-Tage-Challenge an, bei der wir in Einzelgesprächen Ihre Online-Aktivitäten in nur einem Monat verbessern werden.

Außerdem biete ich einen 6-teiligen DIY-Kurs an, in dem Sie alles, was ich weiß, in Ihrem eigenen Tempo lernen und teilen können.



<https://digital-done-right.com/toolkit>

<https://digital-done-right.com/sprint>