



KI-gestützte Geschäftsanalyse

PROCHECK ANALYSE

Eine App die Handwerkern ermöglicht, ihre freien Termine online zu zeigen und Kunden direkt buchen zu lassen. Mit automatischer Preiskalkulation für Standardreparaturen.

52

GESAMTBEWERTUNG VON 100

Solide Idee, harter Markt

| | |
|---------------|------------|
| Konfidenz | Niedrig |
| Datenqualität | Niedrig |
| Erstellt am | 04.01.2026 |
| Report-ID | #76 |

Die Idee trifft ein reales Problem: Handwerker verlieren Zeit durch Telefonabsprachen, No-Shows und intransparente Preise. Allerdings belegt die Recherche einen reifen, kompetitiven Markt für Online-Terminplaner im DACH-Raum. Mehrere Anbieter sind bereits stark positioniert: meetergo (Testsieger 2026, ab 7 €/Monat, deutscher Serverstandort), Timify (ab 25 €/Monat, Ressourcen- und Filialverwaltung, DE-Hosting), eTermin (ab 19 €/Monat, hohe Anpassbarkeit), Terminland (ab 14,90 €/Monat, deutscher Anbieter) und SimplyBook (ab 8,25 €/Monat, inkl. POS-Funktion). Für Handwerker/Dienstleister werden explizit meetergo, Shore und SimplyBook empfohlen, was die Zielgruppenrelevanz bestätigt. Ein wichtiges DACH-Kriterium ist die DSGVO-Konformität mit EU/DE-Hosting; US-basierte Lösungen werden im Kontext CLOUD Act kritischer betrachtet. Der vorgeschlagene USP "Same-Day-Buchungen mit Preisgarantie" zielt über reines Scheduling hinaus auf einen Marktplatz – dafür fehlen derzeit Budget, Zeit und Netzwerkeffekte. Kurz: Die Nachfrage existiert, aber Differenzierung und GTM sind die Hürde. Ein fokussierter, vertikaler Start (z. B. eine spezifische Handwerksnische) und ein DSGVO-starkes, schlankes MVP sind Pflicht, bevor an einen Marktplatz gedacht werden kann.

SCORE-AUFSCHLÜSSELUNG

23

Problem-Fit

Wie gut löst die Idee ein echtes Problem?

23 / 35

12

Markt

Marktpotenzial und Zielgruppenanalyse

12 / 25

7

Team

Kompetenz und Ressourcen zur Umsetzung

7 / 20

10

USP

Alleinstellungsmerkmal und Differenzierung

10 / 20

GESAMTSCORE

52 / 100

STÄRKEN

SCHWÄCHEN

- Bestätigte Zahlungsbereitschaft: Marktübliche Einstiegspreise zwischen ~7–25 €/Monat (meetergo, Timify, eTermin, Terminland, SimplyBook) zeigen monetarisierbaren Bedarf.
- DACH-Compliance als Hebel: Serverstandort Deutschland/EU ist ein differenzierbares Kaufkriterium und wird in der Recherche positiv gewertet.
- Zielgruppen-Fit des Grundproblems: Handwerker/Dienstleister werden von Wettbewerbern explizit adressiert und empfohlen.
- Klare Nutzenargumente: Preistransparenz und No-Show-Reduktion sind direkt messbare Verbesserungen im Tagesgeschäft.
- Hohe Konkurrenzdichte: Mehrere etablierte Tools mit Feature-Breite und aggressiven Preispunkten existieren bereits.
- USP-Umsetzung komplex: "Same-Day + Preisgarantie" erfordert Angebotsliquidität und akkurate Leistungspakete – schwer ohne kritische Masse.
- Ressourcen knapp: 1.000–5.000 € und Teilzeit reichen in DACH für Produktentwicklung, DSGVO-Compliance und Akquise kaum aus.
- Unklare Marktgröße/CAC: Fehlende Zahlen zu TAM, Wachstum und Akquisitionskosten erschweren belastbare Planung und Fundraising.

KERNERKENNTNIS

Der Markt für Online-Terminplanung im DACH-Raum ist bereits dicht besetzt, und DACH-konformes Hosting ist ein zentrales Kaufkriterium. Ohne ein klar abgegrenztes, schwer kopierbares Handwerker-spezifisches Feature-Set wird das Projekt in einen Preiskampf mit etablierten Anbietern geraten.

MARKTGRÖSSE

TAM ~120–300 Mio. € p.a. (Schätzung basierend auf Preispunkten aus der Recherche: 7–25 €/Monat; angenommene 0,5–1,0 Mio. zahlende Konten in DACH × ~20–25 €/Monat × 12; Volumina geschätzt, nur Preisspanne aus Quelle)

SAM ~24–90 Mio. € p.a. (Schätzung: 20–30% des TAM entfallen auf kleine Handwerksbetriebe 1–10 MA, abgeleitet aus Zielgruppenzuschnitt; ohne externe Bestätigung)

SOM 30–75 Tsd. € im Jahr 1 (Schätzung: 200–500 zahlende Betriebe × 15 €/Monat × 12 Monate bei fokussiertem Nischenstart)

Wachstum: 5–8% p.a. (Schätzung basierend auf reifem, aber weiter digitalisierendem SMB-SaaS-Segment; keine direkten Marktzahlen in der Quelle)

Preisspannen und Wettbewerberliste aus: "Die 16 besten Online-Terminplaner 2026" (meetergo Blog). Alle Volumina und Raten sind Schätzungen.

MARKTBEWERTUNG

Die Recherche zeigt eine Vielzahl an Anbietern mit klarer DACH-Ausrichtung und Preistransparenz, was auf einen etablierten, aber kompetitiven Markt schließen lässt. Der Terminplaner-Sektor wirkt konsolidiert und professionalisiert; mehrere Tools werden explizit für Handwerker/Dienstleister empfohlen. Konkrete Umsatz- oder Nutzerzahlen fehlen, jedoch signalisiert die Bandbreite der Preise (ab ca. 7 bis 25 €/Monat), dass SMB-Budgets adressierbar sind. Für einen Marktplatz-Ansatz (Same-Day + Preisgarantie) ist zusätzlich eine Angebots- und Nachfrageliquidität nötig, die über reines Scheduling hinausgeht.

WETTBEWERBSINTENSITÄT

gesaettigt

MARKTCHANCE

Statt generischem Marktplatz fokus auf eine Notfall-Nische (z. B. Sanitär/Heizung) mit standardisierten Leistungspaketen und klaren Preisbausteinen. DSGVO/EU-Hosting als Must-have kommunizieren und Prozesse für No-Show-Reduktion (z. B. Anzahlung, SMS-Reminder) als Kernnutzen verankern. Aufbau eines schlanken SaaS (Termin + Festpreis-Module) für kleine Betriebe und erst nach validierten 50–100 aktiven Accounts eine Same-Day-Marktplatzschicht testen. Kooperationen mit Innungen/Handwerkskammern und lokalen Verbänden zur Referenzkundengewinnung.

ZIELGRUPPEN-FIT

Selbstständige Handwerker mit 1–10 Mitarbeitern passen zum Problem (Telefonaufwand, No-Shows, Preisfindung). Die Recherche zeigt, dass Dienstleister/Handwerker bereits adressiert werden – es gibt also grundsätzlich Produkt-Markt-Fit. Allerdings ist Adoptionsbereitschaft in DACH konservativ; daher braucht es sehr einfache Einrichtung, bewiesene Referenzen und niedrige Einstiegskosten. Ohne klare vertikale Spezialisierung droht Austauschbarkeit.

DACH-SPEZIFISCHE HERAUSFORDERUNGEN

DSGVO-Konformität und EU/DE-Hosting sind Pflicht – in der Recherche als Kaufkriterium betont. Kalte Akquise (E-Mail/Telefon) ist ohne Opt-in unzulässig; Lead-Generierung muss über Inbound/Partnerschaften laufen. B2B-Entscheidungen in DACH sind risikoavers und referenzgetrieben; Pilotprojekte dauern länger. Zahlungspräferenzen tendieren zu Rechnung/Lastschrift; Kreditkartenakzeptanz ist begrenzt – Zahlungsfluss und AGB müssen darauf ausgerichtet sein.

HINWEIS ZUR DATENQUALITÄT

Die Gründerangaben zum Wettbewerb sind unvollständig. Neben Marktplätzen wie MyHammer oder Check24 existiert ein dichter Layer spezialisierter Terminplaner (u. a. meetergo, Timify, eTermin, Terminland, SimplyBook), die Handwerker/Dienstleister bereits aktiv bedienen und teils empfohlen werden. Die Preisspanne (ab ~7–25 €/Monat) zeigt, dass Kunden bereits mit SaaS-Lösungen arbeiten. Zudem ist der DSGVO/Serverstandort im DACH-Markt ein bewertetes Kaufkriterium – das muss produkt- und marketingseitig adressiert werden.

meetergo

ab 7 €/Monat

Deutscher Online-Terminplaner, in der Recherche als Testsieger 2026 geführt. Bietet u. a. integrierte Videokonferenz, Workflows (SMS/WhatsApp) und QR-Visitenkarten; wird explizit für Handwerker/Dienstleister empfohlen.

Stärken:

- Serverstandort in Deutschland; DSGVO-Positionierung ist ein klares Kaufargument.
- Sehr umfangreiches kostenloses Angebot senkt die Einstiegshürde.
- Breites Feature-Set inkl. Workflows und Videokonferenz.

Schwächen:

- Nicht speziell auf Handwerk verticalisiert; generischer Ansatz kann zu Mehraufwand bei Einrichtung führen.
- Freemium kann Preisdruck erzeugen und Zahlungsbereitschaft kann sinken.
- Starker Marken- und Funktionsumfang erschwert Differenzierung für neue Anbieter.

Timify

ab 25 €/Monat

Deutscher Terminplaner mit Fokus auf Ressourcen- und Filialverwaltung. DSGVO-konform mit DE-Hosting; geeignet für strukturierte Abläufe in Betrieben.

Stärken:

- Ressourcen- und Filialverwaltung für komplexere Betriebsstrukturen.
- Serverstandort in Deutschland erfüllt strenge DACH-Compliance-Anforderungen.
- Etablierter Anbieter mit professionellem Auftritt.

Schwächen:

- Höherer Einstiegspreis im Vergleich zu Wettbewerbern.
- Kein expliziter Handwerks-Fokus genannt; möglicher Einrichtungsaufwand.
- Preispositionierung erschwert Low-Budget-Kundengewinnung.

eTermin

ab 19 €/Monat

Deutscher Anbieter mit hoher Anpassbarkeit und Marketing-Funktionen. Bietet Testphase, aber kein dauerhaft kostenloses Paket.

Stärken:

- Hohe Anpassbarkeit ermöglicht komplexe Terminlogiken.
- Marketing-Funktionen unterstützen Kundengewinnung.
- DE-Hosting/DSGVO ist für DACH-Kunden vorteilhaft.

Schwächen:

- Kein Free-Plan; höhere Einstiegshürde bei der Akquise.
- Anpassbarkeit kann zu Komplexität in der Einrichtung führen.
- Nicht explizit auf Handwerker standardisiert.

SimplyBook

ab 8,25 €/Monat

Globaler Anbieter mit EU-Präsenz; verfügt laut Recherche über integrierte POS-Kassenfunktion, was für Dienstleister mit Verkauf relevant sein kann.

Stärken:

- POS-Funktion verbindet Termin und Zahlung in einem System.
- Kostenattraktive Einstiegsangebote erleichtern den Start.
- Wird explizit für Handwerker/Dienstleister als Option genannt.

Schwächen:

- Begrenzte deutschsprachige DSGVO-Dokumentation laut Recherche.
- Mögliche Bedenken bzgl. Serverstandort/Compliance im DACH-Kontext.
- Nicht spezifisch auf das Handwerk geschärft.

Terminland

ab 14,90 €/Monat

Deutscher Klassiker für Dienstleister mit Basisversion. Fokus auf Terminmanagement ohne integrierte Videokonferenzen.

Stärken:

- Serverstandort Deutschland; vertraute Lösung für DACH.
- Basisversion erleichtert den Einstieg.
- Langjähriger Anbieter mit erprobtem Funktionsumfang.

Schwächen:

- Keine Videokonferenz; Funktionslücken gegenüber neueren Tools.
- Kein ausgewiesener Handwerks-Fokus.
- Kann im Feature-Vergleich gegen modernere Workflows verlieren.

MARKTTRENDS

unclear

MODELL-TRAGFÄHIGKEIT

Als reines SaaS-Abo ist das Modell bewährt – die Recherche zeigt Preispunkte von ~7–25 €/Monat bei mehreren Anbietern. Ein Marktplatz mit Same-Day-Preisgarantie geht weiter: Er verlangt kritische Masse auf Angebotsseite, standardisierte Leistungen und Vertrauen in Preislogik und Haftung. Mit knappem Budget und Teilzeit ist der Aufbau eines Marktplatzes in DACH sehr schwierig; sinnvoller ist ein SaaS-Start mit vertikalen Templates (Standardreparaturen + Preisbausteine) und späterer Erweiterung. Wettbewerber wie meetergo, Timify oder eTermin adressieren Scheduling bereits solide; Differenzierung muss über Handwerks-spezifische Workflows erfolgen.

UMSATZPOTENZIAL

MITTEL

SKALIERBARKEIT

SaaS-Komponenten sind gut skalierbar, wenn Onboarding und Templates standardisiert sind. Marktplatz-Skalierung hängt an Netzwerkeffekten und regionaler Liquidität – schwer mit wenig Kapital. DSGVO/Hos...

USP-STÄRKE

Der USP "Same-Day-Buchungen mit Preisgarantie" ist attraktiv für Endkunden, aber operativ anspruchsvoll und leicht angreifbar, sobald er funktioniert. Gegenüber Anbietern wie meetergo/Timify/eTermin ist eine echte Abgrenzung nur über tief vertikalisierte Handwerks-Workflows, Preispakete und No-Show-Mechaniken möglich. Ohne diese Tiefe bleibt der USP schwach.

PREISVALIDIERUNG

Marktpreisspanne: ~7–25 €/Monat (aus der recherchierten Anbieterübersicht)

| WETTBEWERBER | PREIS |
|--------------|------------------|
| meetergo | ab 7 €/Monat |
| Timify | ab 25 €/Monat |
| eTermin | ab 19 €/Monat |
| SimplyBook | ab 8,25 €/Monat |
| Terminland | ab 14,90 €/Monat |

Empfehlung: Starte mit einem schlanken SaaS-Plan bei 10–15 €/Monat inkl. Free-Tier (limitiere Buchungen), um die Einstiegshürde zu senken und Referenzen aufzubauen. Monetarisiere Same-Day/Notfall-Buchungen optional als Add-on (z. B. kleine Vermittlungsgebühr), erst wenn ausreichend Liquidität vorhanden ist. Kommuniziere EU/DE-Hosting als Mehrwert und biete Rechnung/Lastschrift an.

ANGEMESSEN

ERFAHRUNGSBEWERTUNG

„Etwas Erfahrung“ ist für einen vertikalen SaaS/Marktplatz im regulierten DACH-Umfeld knapp. Es fehlen erkennbar Expertise in DSGVO-Prozessen, Handwerks-spezifischen Workflows und Marktplatz-Ökonomie. Technische Umsetzung und GTM erfordern zusätzliche Unterstützung.

RESSOURCEN-ANGEMESSENHEIT

1.000–5.000 € sind für Entwicklung, Hosting, Rechtsprüfungen (DSGVO, AGB), Payment-Setup und initiales Marketing sehr knapp. Gegen etablierte Anbieter mit Free-Tiers und Markenbekanntheit wird das Budget kaum reichen, um signifikante Traktion zu erzeugen.

COMMITMENT-BEWERTUNG

Teilzeit (20–40 Std.) kann für ein fokussiertes SaaS-MVP reichen, nicht jedoch für gleichzeitigen Marktplatz-Aufbau mit Angebots-/Nachfrageseite. Vertrieb in DACH erfordert persistente Betreuung, Onboarding und Support.

ZEITPLAN-REALISMUS

1–3 Monate sind für ein DSGVO-konformes, marktreifes Produkt in DACH unrealistisch. Realistischer: 3–6 Monate für ein eng geschnittenes SaaS-MVP in einer Nische (ohne Marktplatz), anschließende 6–12 Monate für Referenzen und Validierung.

RISIKO-MATRIX



RISIKO-DETAILS

- 1** Wettbewerbsdruck durch etablierte Terminplaner mit Free-Tiers und breitem Funktionsumfang.

Wahrsch.: Hoch Auswirkung: Hoch

Mitigation: Vertikale Spezialisierung (Handwerks-Workflows, Festpreis-Pakete), starke DSGVO-Kommunikation, regionale Referenzen und messbare No-Show-Reduktion.

- 2** Marktplatz-Liquiditätsfalle: Keine ausreichende Same-Day-Angebotsdichte, um Preisgarantie einzuhalten.

Wahrsch.: Hoch Auswirkung: Hoch

Mitigation: Zuerst SaaS-Fit bauen; spätere Marktplatz-Tests nur in klar abgegrenzten Regionen/Zeitslots mit garantierter Abdeckung durch Pilotpartner.

- 3** DSGVO/Compliance-Verstöße (z. B. unzulässige Kaltakquise, unklare Datenverarbeitung).

Wahrsch.: Mittel Auswirkung: Hoch

Mitigation: Double-Opt-in, AVV/DPA, EU/DE-Hosting, klare Löschkonzepte und Datenschutzfolgeabschätzung für kritische Prozesse.

- 4** Unterschätzte Akquisitionskosten und langsame Adoption im risikoaversen DACH-Markt.

Wahrsch.: Hoch Auswirkung: Mittel

Mitigation: Partnerschaften mit Verbänden, Referenzkunden als Türöffner, Free-Tier mit schneller Time-to-Value und Rechnung/Lastschrift als Zahlungsoption.

DATENLÜCKEN

Keine Zahlen zur Marktgröße, Wachstum oder CAC in der Recherche. Keine Informationen zu gescheiterten Anbietern, Funding/Investorenaktivität oder spezifischen Handwerks-Adoptionsraten. Wettbewerbsdaten sind punktuell (Preise/Serverstandort), aber ohne Umsätze, Kundenbasis oder Churn.

SOFORT UMSETZEN

- Wähle eine enge Nische (z. B. Sanitär-Notdienst) und definiere 10–15 standardisierte Fixpreis-Pakete mit klaren Leistungsumfängen.
- Baue ein MVP: Online-Buchung mit Kalender-Sync (ICS/Google/Outlook), SMS/E-Mail-Reminder, Anzahlung/No-Show-Option, EU/DE-Hosting.
- Erarbeite Datenschutz-Basis: AV-Verträge (DPA), Verarbeitungsverzeichnis, Cookie-Banner, Double-Opt-in für Marketing – nutze geprüfte Templates.
- Gewinne 10 Pilotbetriebe über Verbände/Empfehlungen; biete 3 Monate gratis gegen schriftliche Referenz-Case-Studies.
- Mess-Setup: Tracke Buchungen, No-Show-Rate, Zeitersparnis und Kundenzufriedenheit; bereite daraus 2–3 harte Proof-Points auf.

KURZFRISTIGE ZIELE

- 50 zahlende Betriebe in einer Stadt/Region innerhalb von 4–6 Monaten.
- No-Show-Rate der Piloten um >30% reduzieren (via Reminder/Anzahlung).
- Onboarding-Zeit pro Betrieb <60 Minuten erreichen (Templates, Import).
- Mindestens 3 verifizierte DACH-Referenzen als öffentliches Case-Study.
- NPS >30 bei Betrieben nach 60 Tagen Nutzung.

ZU VERMEIDEN

- Kein generischer Marktplatz-Launch ohne kritische Masse – erst SaaS-Fit validieren.
- Keine Kaltakquise per E-Mail/Telefon ohne Opt-in – DSGVO-Risiko.
- Nicht alle Handwerksberufe gleichzeitig bedienen – Fokus verlieren.
- Kein Preis-Dumping unter Marktpreisen – erschwert spätere Monetarisierung.
- Keine ungesicherten US-Clouds ohne klare DSGVO-Absicherungen – Vertrauensverlust.

Reales Problem, aber gesättigter DACH-Markt – erst vertikales SaaS, dann Marktplatz prüfen

FAZIT

Das Vorhaben adressiert reale Ineffizienzen im Handwerk, doch der DACH-Markt für Terminplanung ist bereits stark besetzt. Die Recherche belegt mehrere etablierte Anbieter mit attraktiven Preisen und EU/DE-Hosting als wichtigem Kaufkriterium, was den Eintritt erschwert. Der geplante USP "Same-Day mit Preisgarantie" verschiebt das Projekt in Richtung Marktplatz – operativ und kapitalintensiv, insbesondere ohne vorhandene Angebotsliquidität. Mit begrenztem Budget und Teilzeit ist ein schlanker, vertikal fokussierter SaaS-Start die realistische Route: Standardisierte Preis-Pakete, No-Show-Reduktion, einfache Einrichtung und harte Referenzen. Erst nach nachweislichem Nutzen in einer klaren Nische sollte ein Marketplace-Layer getestet werden. Ohne diese Disziplin drohen Preiskampf, hohe Abwanderung und geringe Zahlungsbereitschaft. Kurz: Potenzial vorhanden, aber nur mit Fokus, Compliance-Exzellenz und messbarem Mehrwert.

KONFIDENZ-HINWEIS

Die Analyse stützt sich auf eine einzelne Wettbewerbsübersicht mit Preisinformationen und Hosting-Fakten; belastbare Marktgrößen, CAC und Wachstum fehlen. TAM/SAM/SOM sind Schätzungen.

Nächster Schritt

Wähle eine Handwerksnische und baue in 8–12 Wochen ein DSGVO-konformes SaaS-MVP mit 10 Pilotbetrieben (Termin, Reminder, Anzahlung, Festpreis-Pakete). Dokumentiere messbare Effekte (No-Show, Zeitersparnis) und sichere 3 Referenzen – erst dann Ressourcen für einen regionalen Same-Day-Test einsetzen.

3 verifizierte Quellen

Recherche vom 04.01.2026

1 Die 16 besten Online-Terminplaner 2026

<https://meetergo.com/blog/online-terminplaner>

2025-12-12

2 Die 7 besten A/B-Testing-Tools im Vergleich

<https://omr.com/de/reviews/contenthub/beste-a-b-testing-tools>

2025-12-19

3 Rhein-Mosel Info 51 2025

<https://epaper.wittich.de/frontend/catalogs/532709/1/pdf/complete.pdf>

 Diese Analyse basiert auf aktueller Marktrecherche. Alle Quellen können zur eigenen Validierung genutzt werden.



KI-gestützte Geschäftsanalyse

Jede große Erfolgsgeschichte beginnt mit einer Idee und dem Mut, den ersten Schritt zu wagen.

Nutze diesen Report als Kompass auf deinem Weg – verfeinere, teste und entwickle deine Vision weiter. Wir glauben an dich und deine Idee!

Dieser Report wurde automatisch erstellt und basiert auf den bereitgestellten Informationen sowie KI-gestützten Analysen. Die enthaltenen Prognosen und Empfehlungen dienen als Orientierungshilfe und ersetzen keine professionelle Beratung.