



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 Konkurrenzdicke: 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 Zielgruppenezuschnitt; 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

gesättigt

## 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-Mechanismen 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

	NIEDRIG	MITTEL	HOCH
HOCH		3	1 2
MITTEL			4
GERING			

← Wahrscheinlichkeit → | ↑ Auswirkung

Kritisch Erhöht Moderat Gering

## 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.

Report #76 | Erstellt am 04.01.2026 | ideecheck.ai