

Checkliste: Google-Unternehmensprofil erstellen und pflegen

Zum Ausdrucken und Abhaken – von den Daten, die Sie vorab brauchen, bis zur Pflege im Monatsrhythmus.

1 Vorbereiten: diese Daten bereitlegen

- ☐ **Firmenname** genau so, wie er im Alltag verwendet wird (Schild, Rechnung, Firmenbuch)
Keine Zusätze wie „Tischler Innsbruck günstig“ – das verstößt gegen die Google-Richtlinien.
- ☐ **Adresse** mit Hausnummer – oder das Gebiet, in dem Sie Kunden besuchen
- ☐ **Telefonnummer**, unter der jemand abhebt
- ☐ **Website-Adresse** (am besten die passende Unterseite, nicht nur die Startseite)
- ☐ **Öffnungszeiten** inklusive Mittagspause, Betriebsurlaub und Feiertage
- ☐ **Hauptkategorie** und bis zu 9 weitere Kategorien
- ☐ **Beschreibung** mit höchstens 750 Zeichen – was Sie tun, für wen, wo
- ☐ **Logo, Titelbild und mindestens 10 eigene Fotos** (Team, Räume, Arbeiten, Außenansicht)
- ☐ **Liste Ihrer Leistungen** bzw. Produkte mit kurzer Beschreibung

Unsere Hauptkategorie bei Google

Weitere Kategorien

2 Profil anlegen

- ☐ **Mit einem Firmen-Google-Konto anmelden** – nicht mit dem privaten Konto einer Mitarbeiterin
business.google.com → „Jetzt verwalten“
- ☐ **Vorher suchen, ob es schon ein Profil gibt** – dann die Inhaberschaft beanspruchen statt neu anlegen
- ☐ **Name, Kategorie und Adresse** eintragen
- ☐ **Servicegebiet** festlegen, wenn Kunden nicht zu Ihnen kommen – die Adresse dann ausblenden
- ☐ **Telefon und Website** eintragen

3 Bestätigen

- ☐ **Den Bestätigungsweg abschließen**, den Google anbietet
Meist ein kurzes Video von Firmenschild, Räumen und Arbeitsmitteln; manchmal Anruf, SMS, E-Mail oder Postkarte.
- ☐ **Eine zweite Person** als Inhaber oder Administrator hinzufügen – falls jemand ausfällt oder den Betrieb verlässt

4 Vervollständigen

- ☐ **Öffnungszeiten** und Sonderöffnungszeiten (Feiertage, Betriebsurlaub) eintragen
- ☐ **Beschreibung** einfügen – Ort und Leistungen natürlich nennen, ohne Aufzählung von Suchbegriffen
- ☐ **Leistungen bzw. Produkte** anlegen, jeweils mit ein, zwei Sätzen
- ☐ **Logo, Titelbild und Fotos** hochladen – echte Fotos statt Stockbilder
- ☐ **Attribute** wählen, die zutreffen (z. B. barrierefreier Eingang, Parkplätze, Kartenzahlung)
- ☐ **Terminlink** oder Kontaktseite hinterlegen, falls vorhanden

5 Einheitliche Firmendaten prüfen

- ☐ **Name, Adresse, Telefon** überall gleich schreiben: Website und Impressum, Google, Herold, WKO Firmen A–Z, Social Media
- ☐ **Alte Adressen oder Nummern** in Verzeichnissen korrigieren lassen

6 Pflegen – einmal im Monat

Aufgabe	Wie oft	Erledigt
Neue Bewertungen beantworten – auch die guten	laufend	
Bewertungslink nach jedem Auftrag schicken	laufend	
Ein Update (Beitrag) veröffentlichen: Aktion, Projekt, Neuigkeit	monatlich	
Zwei, drei neue Fotos hochladen	monatlich	
Von Nutzern vorgeschlagene Änderungen prüfen	monatlich	
Zahlen unter „Leistung“ ansehen: Anrufe, Routen, Website-Klicks	monatlich	
Öffnungszeiten vor Feiertagen und Urlaub anpassen	vor Terminen	

Unser Bewertungslink (unter „Nach Rezensionen fragen“ im Profil)

Tipp aus der Praxis: Das Profil wirkt am stärksten zusammen mit einer Website, die dieselben Leistungen und Orte nennt. Wie gut Ihre Website bei Google und in der KI-Suche dasteht, zeigt der kostenlose Gipfelcheck auf webdesigner-tirol.at/website-check/.