

Webinar für 0€

Lokal sichtbar, regional erfolgreich

# Schritt für Schritt zum perfekten Google Unternehmensprofil

10.12.2025

## Regeln

1. Kamera gerne an.
2. Mikrofone bitte auf stumm.
3. Fragen gerne am Ende - sofern insgesamt relevant.
4. Zu schnell? Info bitte an mich.
5. Folien erhalten Sie im Anschluss.



# Wie werde ich die relevanteste Adresse in der Region?

# DATENKOMPLIZE

## Agenda

1. Reicht eine **Webseite** aus?
2. Was versteht Google unter einem **gepflegten Unternehmensprofil**?
3. Was erwarten **Kundinnen und Kunden** von Unternehmen?
4. Welchen Einfluss haben **KI und AI-Mode** auf ihre Auffindbarkeit  
(Stichwort GEO-Daten)?
5. Die **drei größten Fehler** bei Google-Profilen!

# DATENKOMPLIZE

## Ines Stenzel

- Diplom-Informationswirtin
- 20 Jahre Praxiserfahrung
- berate KMU, wie sie sichtbarer werden - insbesondere im lokalen Marketing
- Datenschätze heben aus ihren Unternehmensdaten (z.B. Bewertungen)
- seit 2025 Zusammenarbeit mit eMBIS



# DATENKOMPLIZE

## Google-Unternehmensprofile

- seit 2005
- strukturierte Daten (Steckbrief)
- weltweit 215 Mio. Einträge (USA führend mit 39 Mio. Profilen, für Deutschland keine genauen Zahlen)
- 97% der Nutzer im Internet suchen nach lokalen Unternehmen, aber nur 64% der Unternehmen haben ein Unternehmensprofil.

Quelle: Google, BrightLocal Consumer Review Survey

# DATENKOMPLIZE

# 1. Reicht eine Webseite aus?

Microbedürfnisse:

- Dachdecker Frankfurt-Bockenheim
- Apotheke jetzt geöffnet
- Wo gibt es den besten Kaffee in Darmstadt?

Eine persönliche Empfehlung fehlt. Wo finde ich die Lösung?

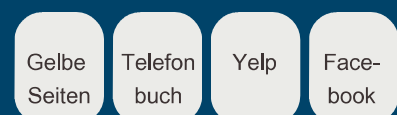
Ziel der Suche:

Eine Lösung finden lokal in meiner Umgebung.

# DATENKOMPLIZE

# 1. Reicht eine Webseite aus?

- Google erkennt eine lokale Suche
- zeigt Google-Unternehmensprofile im "Local-3-Pack" an
- weiter unten nochmal Treffer 4-6 und jeweils weitere Treffer zum Ausklappen



★★★★★

★★★★★

★★★★★

www.webseite.de

www.webseite.de

# DATENKOMPLIZE

## 1. Reicht eine Webseite aus?

- Webseiten sind eine ideale Basis
- 1. Kontaktpunkt ist oft ein anderer
- lokale Suchen zeigen Profile oft vor Webseiten
- strukturierte Daten bieten schnelle Vergleichbarkeit (Öffnungszeiten, Leistungen, Bewertungen)
- Kunde trifft ggf. Entscheidung - ohne Webseite gesehen zu haben!

# DATENKOMPLIZE

## 2. Was versteht Google unter einem gepflegten Profil?

“Glückwunsch! Ihr Profil ist eingerichtet!”

# DATENKOMPLIZE

## 2. Was versteht Google unter einem gepflegten Profil?

- 16 Informationspunkte - möglichst vollständig und gerne aktuell



8. Sonder-Öffnungszeiten  
9. Beschreibung (750 Zeichen)  
10. Social Media-Profile  
11. Dienstleistungen  
12. Produkte  
13. News / Beiträge  
14. Startdatum  
15. Online-Termine  
16. FAQ

# DATENKOMPLIZE

## 3. Was erwarten Kundinnen und Kunden?

“Heute bleibt unser  
Reisebüro geschlossen.  
Wir sind auf einer Messe und  
holen uns neue  
Inspirationen für Sie.  
Montag sind wir wieder da.”

Zettel an der Tür

# DATENKOMPLIZE

### 3. Was erwarten Kundinnen und Kunden?

- Lösungen für ihre Microbedürfnisse
- Klarheit, dass der Anbieter passend ist
- stimmige, aktuelle Daten (insbesondere Öffnungszeiten + News)

### 4. Der Einfluss von KI und AI-Mode (Geo-Daten)

- seit Oktober 2025 gibt es den Google KI-Modus in Deutschland
- Google entwickelt sich von Suchmaschine mit Trefferliste zur “Answer Engine” mit Antworten statt Links
- KI fasst Ergebnisse als Antwort zusammen. Quellangabe über die kleine Klammer.

## 4. Der Einfluss von KI und AI-Mode (Geo-Daten)

Nutzt der KI-Modus Daten aus den Google-Profilen?



Nutzt der Google KI-Modus Daten aus Google-Unternehmensprofilen?

**Ja**, der Google KI-Modus (auch bekannt als AI Overviews) **nutzt Daten aus Google-Unternehmensprofilen**. [...] Für Unternehmen ist ein optimiertes und vollständiges Google-Unternehmensprofil daher entscheidend, um in den KI-generierten Suchergebnissen sichtbar zu bleiben.

# DATENKOMPLIZE

## 4. Der Einfluss von KI und AI-Mode (Geo-Daten)

Google-Entwickler-Tools:

“Für KI-Funktionen gelten dieselben grundlegenden SEO-Best-Practices wie für die Google Suche insgesamt. [...] Prüfe, ob die Informationen im Unternehmensprofil auf dem neuesten Stand sind.”

Fazit: Es lohnt sich noch immer Arbeit in Unternehmensprofile von Google zu stecken - auch wenn KI stärker genutzt wird!

Quelle: <https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=de>

# DATENKOMPLIZE



## 4. Der Einfluss von KI und AI-Mode (Geo-Daten)

Aber **Chat-GPT** (Unternehmen Open AI, Microsoft als einer der Investoren)...



Nutzt du eigentlich auch Google-Unternehmensprofile, um Antworten auf Nutzereingaben zu finden?

**Nein**, ich greife nicht direkt auf Google-Unternehmensprofile zu [...], viele Inhalte aus Google-Unternehmensprofilen sind **öffentlich zugänglich**. Und genau diese öffentlich sichtbaren Informationen kann ich über eine **Websuche** einfließen lassen.

Fazit: Über die Websuche können auch Chat GPT und andere KI-Systeme auf Google-Unternehmensprofile zugreifen. Um näher dran zu sein am Microsoft-/Bing-Kosmos kann auch ein Bing-Unternehmensprofil sinnvoll sein.

# DATENKOMPLIZE

## LOKALES ONLINEMARKETING UND LOCAL SEO SEMINAR

Local Marketing & Local SEO - so steigern Sie 2025/26 Ihre regionale Sichtbarkeit und Kundennähe



1 Tag



Praxisnahe Inhalte



Immer aktuell

Jetzt anmelden

Termine 2026:

09.02. | 05.05. | 09.09. | 09.11.

alternativ auch als Inhouse-Seminar

Mehr Infos unter:

<https://www.embis.de/seminare/lokales-onlinemarketing/>

# DATENKOMPLIZE

## 5. Die drei größten Fehler bei Google-Profilen

### Fehler Nr. 1

**Kein Profil haben** (nur in ganz wenigen Ausnahmen berechtigt)

- direkter Draht zu Google
- ihre digitale Visitenkarte im lokalen SEO
- kostenlos

# DATENKOMPLIZE

## 5. Die drei größten Fehler bei Google-Profilen

### Fehler Nr. 2

**Anlegen und nie mehr pflegen**

- Daten müssen gepflegt werden
- Verschaffen Sie sich Klarheit zum Ist-Stand
- etablieren Sie Routinen

# DATENKOMPLIZE

## 5. Die drei größten Fehler bei Google-Profilen

### Fehler Nr. 3

#### Bewertungen ignorieren

- Lesen Sie Bewertungen
- Auswirkung auf Geschäftsentwicklung (extern + intern)
- auch die Bewertungen ihrer Mitbewerber sind öffentlich

# DATENKOMPLIZE

## Fazit unseres Webinars

1. Basis für Sichtbarkeit: Webseite & Google-Unternehmensprofil.
2. Nutzen Sie möglichst alle 16 Informationspunkte.
3. Kundinnen und Kunden lieben aktuelle + vollständige Informationen.
4. KI greift auf Daten in ihrem Profil zurück - da öffentlich zugänglich.
5. Klarheit zum Ist-Stand + Routinen + Strategie für Bewertungen.

# DATENKOMPLIZE

## Zeit für Ihre Fragen

Ines Stenzel

Beraterin Marketing und Datenstrategie

0160 870 77 32

Ines.stenzel@datenkomplice.de



gerne scannen & vernetzen auf LinkedIn

# DATENKOMPLIZE