



eMBIS

Webinar für 0€

Lokal sichtbar, regional erfolgreich
**Schritt für Schritt zum
perfekten Google
Unternehmensprofil**

10.12.2025

eMBIS

1

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
- Datenschätzte 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?

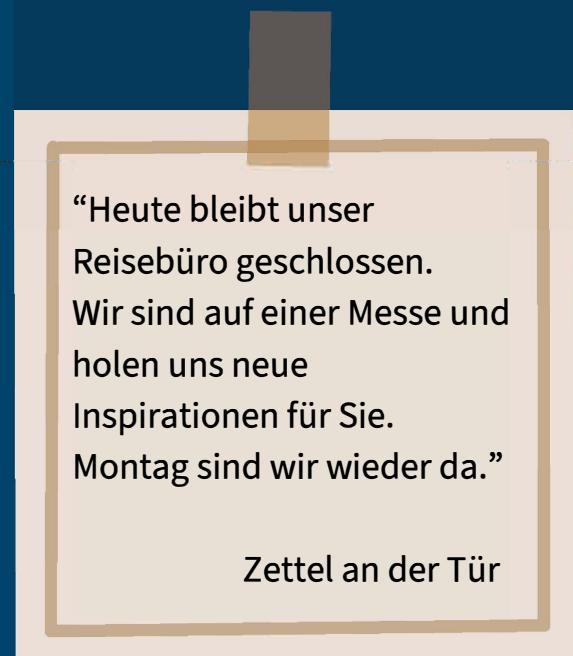
- 16 Informationspunkte - möglichst vollständig und gerne aktuell



1. Name
2. Kategorie
3. Adresse
4. Einzugsgebiet (max. 20)
5. Kontaktdaten
6. Öffnungszeiten
7. Fotos
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?



DATENKOMPLIZE

3. Was erwarten Kundinnen und Kunden?

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

DATENKOMPLIZE

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.

DATENKOMPLIZE

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@datenkomplize.de



gerne scannen & vernetzen auf LinkedIn

DATENKOMPLIZE