Was gehört in das Google Unternehmensprofil?

Das Google-Unternehmensprofil ist häufig der erste Kontaktpunkt zwischen Gästen und Ihrem Angebot.



Es hilft dabei:

- bei Google und Google Maps gefunden zu werden,
- wichtige Informationen bereitzustellen,
- Bewertungen sichtbar zu machen,
- Besucher auf die Website weiterzuleiten.

Besonders wichtig sind:

- ✓ korrekter Name des Unternehmens
- ✓ passende Kategorie, *z. B. Tierpark, Bootsverleih, Wellnesshotel, Reisebüro*
- ✓ korrekte und aktuelle Kontaktdaten
- ✓ Öffnungszeiten oder Check-in-Zeiten
- ✓ hochwertige und aussagekräftige Bilder, *z. B. Räumlichkeiten, Außengelände, Angebote*
- ✓ aktuelle Informationen *z. B. Unternehmensbeschreibung (bei Ferienwohnung nicht möglich)*
- ✓ Bewertungen

Checkliste: Google-Unternehmensprofil

1. Name und Kategorie

Ein korrekter Name und die passende Kategorie helfen Google und Ihren Gästen, Ihr Angebot richtig einzuordnen.

Prüfen Sie folgende Punkte:

□ Ist der Name korrekt angegeben?

□ Wird derselbe Name auch auf Ihrer Website und auf anderen Plattformen verwendet?

□ Ist die passende Hauptkategorie ausgewählt?

□ Sind weitere passende Kategorien ergänzt, wenn sie zum Angebot passen?

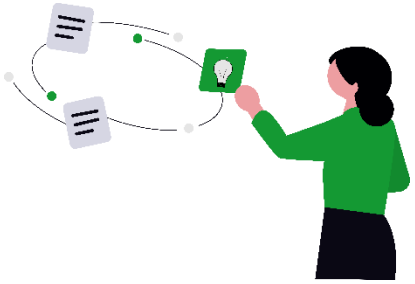
Beispiel:
Für eine Unterkunft kann z. B. „Ferienwohnung“, „Ferienhaus“ oder eine andere passende Unterkunftskategorie sinnvoll sein. Die Kategorie(n) sollte(n) möglichst genau zum tatsächlichen Angebot passen.

Notizen / To-dos:

„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN

2. Kontaktdaten und Erreichbarkeit



Gäste möchten schnell sehen, wie sie Sie erreichen können.

Prüfen Sie folgende Punkte:

- ☐ Sind Adresse und Telefonnummer aktuell?
- ☐ Ist der Standort auf der Karte korrekt markiert?
- ☐ Ist Ihre Website korrekt verlinkt?
- ☐ Stimmen die Kontaktdaten mit Ihrer Website überein?
- ☐ Sind die für Ihr Angebot vorgesehenen Öffnungs- oder Besuchszeiten korrekt hinterlegt?
- ☐ Sind abweichende Öffnungszeiten an Feiertagen und besondere Schließtage berücksichtigt?
- ☐ Sind zusätzliche Angaben wie Küchen-, Service- oder Check-in-Zeiten gepflegt, soweit entsprechende Felder verfügbar sind?
- ☐ Funktionieren vorhandene Links zur Reservierung, Buchung, Speisekarte oder zum Ticketkauf?



Praxis-Hinweis
Veraltete Links oder abweichende Öffnungszeiten können Gäste verunsichern und zu unnötigen Wegen führen. Hinterlegen Sie besondere Öffnungszeiten möglichst frühzeitig, etwa für Feiertage oder Betriebsferien. Prüfen Sie vor Saisonbeginn, ob alle Angaben noch stimmen.

Notizen / To-dos:

3. Bilder, Videos und Logo

Bilder vermitteln oft den ersten Eindruck. Sie zeigen, was Gäste erwartet, und helfen bei der Entscheidung für einen Besuch oder eine Buchung.

Prüfen Sie folgende Punkte:

- ☐ Ist ein Logo hinterlegt?
- ☐ Gibt es ein ansprechendes Titelbild?
- ☐ Sind aktuelle und saisonal passende Bilder vorhanden?
- ☐ Zeigen die Bilder das Angebot und seine Besonderheiten?
- ☐ Sind der Eingang und die Außenansicht gut erkennbar?
- ☐ Werden passende Innenräume, Außenbereiche, Produkte oder Aktivitäten gezeigt?
- ☐ Werden fremde oder von Gästen hochgeladene Bilder regelmäßig geprüft?
- ☐ Sind kurze Videos vorhanden, die das Angebot ergänzen?

„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN

Was gehört in das Google Unternehmensprofil?

Bildqualität

- ☐ Sind die Bilder scharf und ausreichend groß?
- ☐ Sind die Bilder gut belichtet und nicht zu dunkel?
- ☐ Sind Personen, Räume und Besonderheiten gut erkennbar?
- ☐ Werden die Bilder in guter Qualität hochgeladen?
- ☐ Spiegeln die Bilder das aktuelle Angebot wider?

Beispiele für geeignete Bildmotive

- **Gastronomie:** Gastraum, Terrasse, typische Speisen und Getränke
- **Museen und Kultureinrichtungen:** Eingangsbereich, Ausstellungsräume, ausgewählte Exponate und Vermittlungsangebote (Audioguide etc.)
- **Freizeit- und Erlebnisangebote:** Aktivitäten, Anlagen, Ausrüstung und Aufenthaltsbereiche
- **Beherbergung:** Zimmer, Gemeinschaftsbereiche, Frühstücksangebot und Außenanlagen
- **Tourist-Informationen:** Eingang, Beratungsbereich und Serviceangebote



Praxis-Hinweis

Zeigen Sie nicht nur das Gebäude, sondern auch das eigentliche Angebot. Gäste sollten erkennen können, was sie bei Ihnen erleben, nutzen oder erwarten dürfen.
Bilder der Umgebung können ergänzen, sollten aber einen erkennbaren Bezug zum Betrieb haben. Achten Sie auf Nutzungsrechte und erforderliche Einwilligungen abgebildeter Personen.

Fragen Sie sich:

- ☐ Würde ich auf Basis der vorhandenen Bilder selbst eine Besuchs- oder Buchungsentscheidung treffen?
- ☐ Sind die wichtigsten Bilder nicht älter als 2–3 Jahre?
- ☐ Fehlen Ansichten, die für die Besuchsentscheidung hilfreich wären?

Hinweise zu Bildern und Videos

- ✓ Verwenden Sie möglichst aktuelle und hochauflösende Bilder.
- ✓ Unscharfe oder stark bearbeitete Bilder sollten vermieden werden.
- ✓ Nutzen Sie unterschiedliche Bildformate. Hochformate wirken insbesondere auf mobilen Endgeräten häufig präsenter, während Querformate je nach Darstellung ebenfalls sinnvoll sein können.
- ✓ Videos können zusätzliche Eindrücke vermitteln, beispielsweise vom Haus, Garten oder der Umgebung.
- ✓ Prüfen Sie regelmäßig, welche Bilder und Videos in Ihrem Profil sichtbar sind – auch solche, die von Gästen hochgeladen wurden.

Notizen / To-dos:

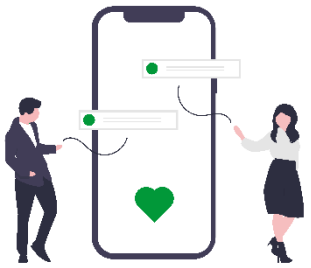
„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN

4. Bewertungen

Bewertungen helfen Gästen bei der Entscheidung und zeigen, dass Ihr Angebot genutzt und wahrgenommen wird.

Prüfen Sie folgende Punkte:



- ☐ Werden neue Bewertungen regelmäßig gelesen und ausgewertet?
- ☐ Wird auf Bewertungen freundlich und sachlich geantwortet?
- ☐ Werden zufriedene Gäste aktiv um eine Bewertung gebeten?

  z. B. mit einem QR-Code oder mit einer E-Mail nach Abreise
- ☐ Gibt es einen festen Ablauf für den Umgang mit kritischen Bewertungen?
- ☐ Ist geklärt, wer Bewertungen beantwortet?



Praxis-Hinweis
Eine persönliche Antwort zeigt, dass Sie Rückmeldungen ernst nehmen. Gehen Sie auf konkrete Hinweise ein und vermeiden Sie austauschbare Standardantworten. Veröffentlichen Sie dabei keine persönlichen Angaben über Ihre Gäste.



LeseTipp: Hinweise zum Umgang mit Onlinebewertungen finden Sie im Mehrwertekompass „Onlinebewertungen im Tourismus – So nutzen Sie Gästefeedback richtig“

Notizen / To-dos:

5. Weitere Informationen im Profil

Je vollständiger das Profil ist, desto leichter finden Gäste die wichtigsten Informationen.

Prüfen Sie folgende Punkte:

- ☐ Sind alle verfügbaren Felder ausgefüllt?
- ☐ Sind besondere Ausstattungen oder Serviceoptionen/ Merkmale hinterlegt?

  z. B. Angaben zur Zugänglichkeit, zu Parkmöglichkeiten, Außenbereichen, WLAN oder Zahlungsmöglichkeiten.

„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN

- ☐ Ist eine Unternehmensbeschreibung vorhanden und aktuell, sofern diese Funktion angeboten wird?
- ☐ Werden aktuelle Beiträge zu Neuigkeiten, Veranstaltungen oder Angeboten genutzt, wenn dies für Ihren Betrieb möglich und sinnvoll ist? *z.B. besondere Veranstaltungen z.B. „Tag des Umgebindehauses“, „Tag des offenen Denkmals“*



Praxis-Hinweis
Nicht jede Funktion steht in jeder Kategorie zur Verfügung. Prüfen Sie deshalb direkt in Ihrem Profil, welche Angaben Sie ergänzen können.
Z. B. bei Ferienwohnungen können bestimmte Angaben, wie eine Unternehmensbeschreibung, eingeschränkt oder nicht verfügbar sein.

Notizen / To-dos:

_____

_____

_____

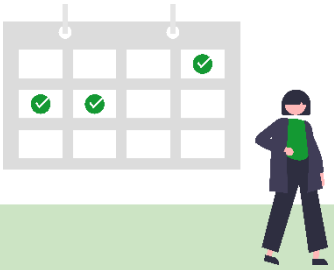
_____

6. Regelmäßige Pflege

Ein Google-Unternehmensprofil sollte nicht nur einmal angelegt, sondern regelmäßig überprüft werden.

Prüfen Sie folgende Punkte:

- ☐ Stimmen Name, Kategorie und Kontaktdaten noch?
- ☐ Sind Öffnungszeiten, Schließ- und Check-in-Zeiten oder Erreichbarkeiten aktuell?
- ☐ Gibt es neue Bewertungen?
- ☐ Sind neue oder saisonale Bilder vorhanden?
- ☐ Stimmen die Angaben weiterhin mit Ihrer Website überein?
- ☐ Ist festgelegt, wer das Profil betreut?





Praxis-Hinweis
Prüfen Sie Ihr Profil mindestens zu Saisonbeginn und immer dann, wenn sich Kontaktdaten, Angebote oder Öffnungszeiten ändern. Lesen Sie neue Bewertungen und kontrollieren Sie regelmäßig, wie das Profil für Gäste in der Google Suche und auf Google Maps aussieht.

Fazit

Ein gepflegtes Google-Unternehmensprofil erleichtert Gästen die Orientierung und unterstützt Ihre digitale Sichtbarkeit. Entscheidend sind korrekte Informationen, aussagekräftige Bilder und ein verlässlicher Umgang mit Rückmeldungen.

„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN

Was gehört in das Google Unternehmensprofil?

Notizen / To-dos:

Sie möchten das Thema angehen? Wir unterstützen Sie gern.

In unserer kostenfreien *digital*-Sprechstunde schauen wir gemeinsam auf Ihren Betrieb und mögliche nächste Schritte. Sprechen Sie uns gern an!



Tourismus 360Grad digital
digital@ltv-sachsen.de · 0351 491 91 0
www.ltv-sachsen.de/360graddigital

„Tourismus 360Grad Digital“ ist ein Initiative des Landestourismusverbandes Sachsen e.V. mit dem Ziel die Digitalisierung der Tourismusbranche durch individuelle und praxisnahe Lösungsansätze zu unterstützen und wird vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben. Weitere Informationen finden Sie unter: www.ltv-sachsen.de

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN