Das Google-Business-Profil als digitaler Wegweiser

ONLINE-MARKETING IM FOKUS – TEIL II

Ob spontaner Besuch, geplante Weinreise oder der schnelle Blick auf die Öffnungszeiten des Lieblingsweinguts: Die erste Anlaufstelle ist oft Google Maps. Wer hier mit einem überzeugenden Google-Business-Profil glänzt, verwandelt Suchanfragen in Hofladenbesuche und bindet Kunden nachhaltig. So wird das digitale Schaufenster zum zentralen Anker für Vertrieb und Erlebnisse.

V. Geyer

In der letzten Ausgabe haben wir besprochen, dass die Reise vieler Kunden bei Google beginnt. Bevor jemand Ihre Website besucht, ist das Google-Business-Profil (GBP) oft der erste Kontaktpunkt. Es entscheidet in Sekunden, ob jemand bei Ihnen vorbeikommt oder zum Nachbarn weiterfährt.

Als jemand, der schon viele Jahre im Digitalen Marketing tätig ist, setze ich auf Strategien, die bleiben. Das Google-Business-Profil ist so eine Säule. Es ist Ihr **primäres Aushängeschild**, das Ihre Sichtbarkeit vor Ort massiv erhöht und auch noch übermorgen relevant sein wird.

WARUM IHR GOOGLE-BUSINESS-PROFIL DEN UNTERSCHIED MACHT

➤ **Gefunden werden:** Ihr Profil sichert Ihnen einen Platz auf Google Maps – essenziell für Touristen, Weinkäufer, Veranstaltungen etc.

➤ **Direkter Kontakt:** Kunden können mit einem Klick anrufen, die Route planen, Wein bestellen oder ein Zimmer buchen.

➤ **Vertrauen aufbauen:** Schöne Bilder und gute Bewertungen wirken wie eine persönliche Empfehlung.

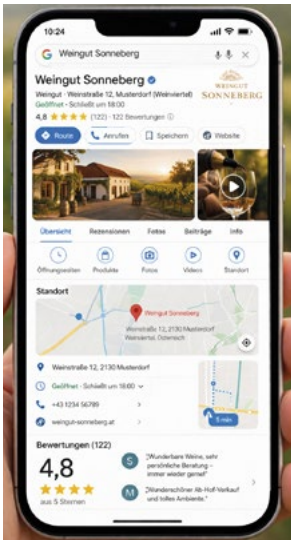


Bild: KI-generiert

Das Google-Business-Profil ist eine wichtige Anlaufstelle und Informationsquelle für Konsumenten

DAS WEINSORTIMENT IM DIGITALEN SCHAUFENSTER

Zeigen Sie, was Sie haben! Mit der Produktfunktion können Interessenten Ihre Weine direkt in der Google-Suche sehen und sind mit einem Klick in Ihrem Online-Shop.

➤ **Top-Weine manuell einpflegen:** Haben Sie ein überschaubares Sortiment? Fügen Sie Ihre besten Tropfen manuell hinzu – mit Bild, kurzer Beschreibung (Rebsorte, Jahrgang) und Preis. Ein Link führt direkt in Ihren Online-Shop.

➤ **Für große Shops:** Nutzen Sie das Google-Merchant-Center, um Ihren gesamten Katalog automatisch zu synchronisieren.

ERLEBNISSE SICHTBAR MACHEN

Sie verkaufen nicht nur Wein, sondern Emotionen. Ob Kellerführung oder „Sunset-Tasting" – zeigen Sie es!

➤ **Detaillierte Beschreibungen:** Listen Sie Ihre Angebote auf. Was erwartet die Gäste? Wie lange dauert es? Was kostet es? Nutzen Sie Begriffe, nach denen Leute suchen (z.B. „Weinprobe Mosel").

➤ **Direkt buchen:** Bieten Sie Gästezimmer an? Hinterlegen Sie den Buchungslink direkt im Profil. Das macht es Gästen extrem einfach.

BEITRÄGE: IHR DIREKTER DRAHT ZUM KUNDEN

Nutzen Sie die Beitragsfunktion wie einen kleinen Newsletter. Teilen Sie Neuigkeiten zum aktuellen Jahrgang, kündigen Sie das nächste Hoffest an oder bewerben Sie ein Weinpaket. Ein Bild dazu, ein kurzer Text und ein Button wie „Jetzt anmelden" – fertig. Das zeigt Google, dass Ihr Betrieb aktiv ist.

REZENSIONEN: IHR DIGITALER RUF

Nichts überzeugt mehr als die Empfehlung anderer. Positive Bewertungen sind Gold wert.

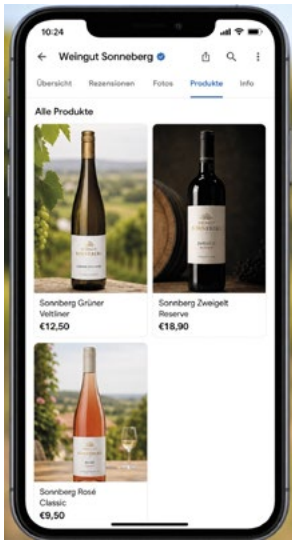


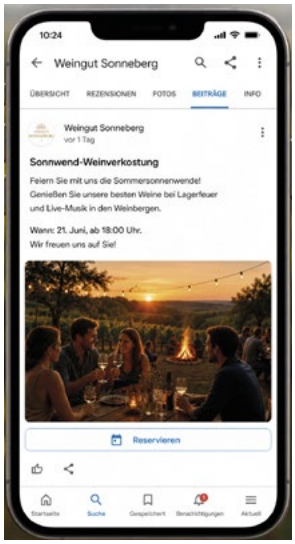
Bild: KI-generiert

Darstellung von Webshop-Produkten im Google Business Profil: dadurch kommen Kunden mit einem Klick direkt zum Webshop

➤ **Aktiv einfordern:** Stellen Sie einen kleinen Aufsteller mit einem QR-Code in Ihren Verkostungsraum oder nehmen Sie ihn zu Präsentationen mit. Ein kurzer Scan, und der Gast kann Sie bewerten.
➤ **Bewertungslink versenden:** Generieren Sie direkt im Profil einen Bewertungslink und versenden Sie diesen per WhatsApp oder E-Mail.
➤ **Immer antworten:** Reagieren Sie auf jede Bewertung. Ein kurzes „Danke für den Besuch!“ zeigt Wertschätzung.

CHECKLISTE FÜR EIN ERFOLGREICHES GOOGLE-BUSINESS-PROFIL

➤ **Profil beanspruchen:** Sind Sie der verifizierte Eigentümer?
➤ **Basisdaten:** Stimmen Name, Adresse, Telefon, Webseite und Öffnungszeiten?
➤ **Kategorien:** „Weingut“ als Hauptkategorie, plus „Weinprobe“, „Ferienwohnung“ etc.
➤ **Bilder:** Mindestens 10–15 aktuelle, ansprechende Fotos hochladen
➤ **Produkte:** Top-Weine mit Bild, Preis und Shop-Link einpflegen
➤ **Dienstleistungen:** Verkostungen und Events detailliert beschreiben
➤ **Buchungslinks:** Links für Zimmer oder Events hinterlegen



Beiträge im Google-Business-Profil machen es einfach, Informationen zu Events etc. direkt über Google zu teilen

Bild: KI-generiert

➤ **Social-Media:** Social-Media-Profile (Instagram, Facebook etc.) verknüpfen
➤ **Beiträge:** Regelmäßig Neuigkeiten und Angebote posten
➤ **FAQs:** Die üblichen Fragen ihrer Kunden gleich hier direkt veröffentlichen
➤ **Bewertungen:** Links versenden und QR-Code nutzen, auf Feedback antworten

DRANBLEIBEN LOHNT SICH

Ein gepflegtes Google Business Profile ist kein Hexenwerk, aber es erfordert Regelmäßigkeit. Es ist eine überschaubare zeitliche Investition, die sich langfristig auszahlt und Gäste direkt zu Ihnen führt und es hilft dabei, KI-Anfragen zu beantworten. #

Exkurs: Bereit für die KI-Suche

Suchmaschinen verändern sich. KI-Systeme wie Googles „KI-Antworten“, Chat GPT oder andere „Generative AIs“ fassen Informationen zusammen und geben direkte Antworten. Woher nehmen diese KIs ihr Wissen über lokale Betriebe? Richtig, aus dem Google-Business-Profil. Ein gut gepflegtes Profil mit aktuellen Daten, vielen Bewertungen und klaren Beschreibungen ist die beste Voraussetzung, um von KI-Assistenten als Top-Empfehlung ausgespuckt zu werden.

DIE AUTORIN



© Silvia Schober

Mag. Veronika Geyer, MBA, MSc; seit über 25 Jahren im Digitalen Marketing tätig und Inhaberin einer Digitalmarketing Beratung – spezialisiert auf KMU und Weingüter; Wolkersdorf, www.emarketingberatung.at, vg@emarketingberatung.at

ÖWM