



IHR GELUNGENER EINTRAG IM FIRMEN A-Z

» **Workbook:** Die komplette Anleitung

IMPRESSUM

Dieses Workbook ist eine Zusammenarbeit zwischen der Wirtschaftskammer Kärnten und Ines Fritz – digitale Servicekommunikation und Strategie, inkl. Anpassungen der Wirtschaftskammer Tirol.

Wirtschaftskammer Tirol | Wilhelm-Greil-Straße 7 | 6020 Innsbruck
T 05 90 905 - 1111 | rechtsservice@wktirol.at
2. Auflage, Stand: August 2026

Hinweis: Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr.
Eine Haftung der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen.
Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für jedes Geschlecht.
Foto: Vorder- und Rückseite: JenkoAtaman/Adobe Stock

INHALT

Das erwartet Sie in diesem Workbook	4
1. DAS FIRMEN A-Z ALS GRÖSSTES FIRMENVERZEICHNIS	5
1.1. Unternehmen im Firmen A-Z finden	5
1.2. wko.at und Ihr persönliches Benutzerkonto	5
2. IHR PERSÖNLICHER EINTRAG IM FIRMEN A-Z	7
2.1. Login: Bearbeitungsbereich Ihres Firmenprofils	7
2.2. Überblick: Bereiche im Firmenprofil	8
2.3. Die wichtigsten Profilbereiche für Ihre Sichtbarkeit	8
3. EIN STARKES PROFIL ERSTELLEN: TIPPS	9
3.1. Auffindbarkeit und Keywords	9
3.2. Verständliche Texte schreiben	10
3.3. Bilder richtig einsetzen	10
4. RECHTLICHE GRUNDLAGEN	11
4.1. Urheberrecht: Was Sie bei Bildern und Texten beachten müssen	11
4.2. Impressumspflicht und Impressum-Generator	11
5. PRAXISTEIL: IHR FIRMENPROFIL AUSFÜLLEN	13
5.1. Kontaktdaten, Erreichbarkeit und Sichtbarkeit	14
5.2. Bilder und Videos hochladen	15
5.3. Geschäftsbezeichnung formulieren	17
5.3.1. Arbeitsblatt Geschäftsbezeichnung	18
5.3.2. Geschäftsbezeichnung mit Hilfe von KI formulieren	18
5.4. „Über uns“-Text schreiben	19
5.4.1. Arbeitsblatt „Über uns“	21
5.4.2. „Über uns“-Texte mit Hilfe von KI erstellen	22
5.5. Zertifikate und Gütesiegel einfügen	23
5.6. Leistungsangebot anführen	24
5.6.1. Arbeitsblatt „Angebot“	26
5.6.2. Angebotstexte mit Hilfe von KI erstellen	27
5.7. KI-Texte verfeinern: Tipps	28
6. CHECKLISTE: EINTRAG IM FIRMEN A-Z	29

DAS ERWARTET SIE IN DIESEM WORKBOOK

- » Der erste Schritt für Ihren gelungenen Webauftritt beginnt mit einem vollständigen und ansprechenden Eintrag im Firmen A-Z. Mit Ihrem Firmenprofil auf wko.at werden Sie professionell sichtbar. Auch, wenn Sie (noch) keine eigene Website haben. Dieses Workbook begleitet Sie Schritt für Schritt auf dem Weg dorthin.
- » Sie erfahren zunächst, warum das Benutzerkonto auf wko.at notwendig ist, wie Sie sich einloggen und welche Services dort auf Sie warten. Wir zeigen Ihnen das Firmen A-Z und wie Sie nach anderen Unternehmen suchen können.
- » Im nächsten Schritt geht es um Ihr persönliches Firmenprofil: Was lässt sich bearbeiten, was ist vorgegeben und welche Möglichkeiten haben Sie, Ihren Auftritt individuell zu gestalten?
- » Ein kompakter Theorieteil liefert Ihnen die wichtigsten Grundlagen: Warum Sichtbarkeit online zählt, worauf es beim Texten ankommt und wie Sie Ihr Profil verständlich, klar und ansprechend gestalten.
- » Bitte lesen Sie auch den Abschnitt zu den rechtlichen Grundlagen aufmerksam – hier geht es unter anderem um Urheberrecht und Impressum.
- » Im Praxisteil füllen Sie Ihr Profil aus. Die wichtigsten Texte können Sie direkt im Workbook erarbeiten, dafür stehen Ihnen Arbeitsblätter zur Verfügung. Ergänzend finden Sie hilfreiche KI-Prompts zur Unterstützung bei der Texterstellung.
- » Zum Abschluss erwartet Sie eine praktische Checkliste für ein vollständiges und überzeugendes Firmenprofil, sowie Links, Services und Ansprechpersonen, die Ihnen helfen, Ihren Webauftritt weiter zu verbessern.



SERVICE DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Brauchen Sie Hilfe beim Ausfüllen oder technischen Support?
Die WKT bietet gerne Einzelberatungen rund um das Firmen A-Z an.

Informationen unter:

T 05 90 905 - 1111 | **E** rechtsservice@wktiroel.at

1. DAS FIRMEN A-Z ALS GRÖSSTES FIRMENVERZEICHNIS

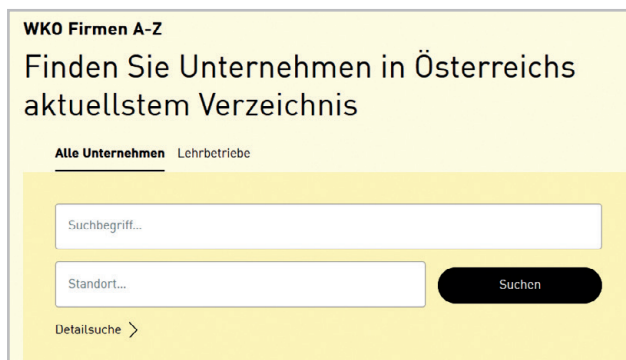
Das Firmen A-Z der Wirtschaftskammer ist eines der meistgenutzten Verzeichnisse in Österreich und umfasst alle Mitgliedsbetriebe der Wirtschaftskammer – von EPU bis zu großen Unternehmen. Somit ist es eine zentrale Informationsquelle für Kund:innen, Geschäftspartner:innen und Medien. Die Einträge werden von Google sehr gut gereiht und sind oft unter den ersten Treffern zu finden.

Ein vollständiger und gut gepflegter Eintrag sorgt dafür, dass Sie online besser gefunden werden, seriös auftreten und potenzielle Kund:innen auf Sie aufmerksam werden – auch dann, wenn Sie (noch) keine eigene Website haben!

1.1. Unternehmen im Firmen A-Z finden

Auf firmen.wko.at können Sie gezielt nach Unternehmen suchen. Geben Sie dafür den Namen, einen Suchbegriff und gegebenenfalls den Ort ein.

Über die Detailsuche können Sie über Filter z. B. Unternehmen mit bestimmten Produkten oder aus speziellen Branchen oder zertifizierte Betriebe finden.



*Ihr WKO Firmen A-Z:
aktuell, vollständig
und sicher!*

Neben dem klassischen Firmenverzeichnis finden Sie hier weitere Services wie das Branchen A-Z, die Kooperationsbörse oder die Nachfolgebörse. Dort können Sie Inserate durchstöbern oder selbst aktiv werden und eigene Angebote einstellen.

WICHTIG! Wenn Sie Ihren eigenen Eintrag im Firmen A-Z bearbeiten möchten, benötigen Sie ein persönliches Benutzerkonto auf wko.at.

Wenn Sie noch kein Benutzerkonto haben, finden Sie mehr Informationen und die umfassende Anleitung zur Registrierung unter wko.at/benutzerkonto.

1.2. wko.at und Ihr persönliches Benutzerkonto

wko.at ist das Service-Portal der Wirtschaftskammern. Sie finden dort Services, aktuelle Informationen, Veranstaltungen, Webinare und Tools für Unternehmen.

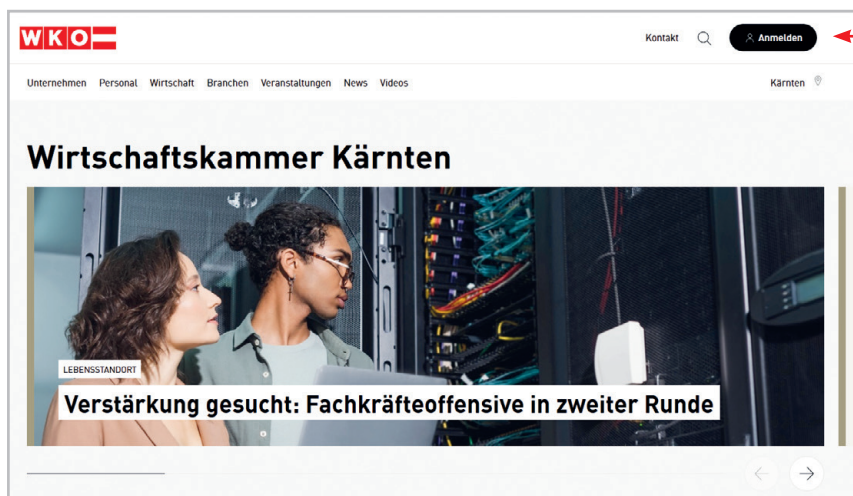
Sobald Sie sich mit Ihrem Benutzerkonto auf wko.at anmelden, haben Sie Zugriff auf zahlreiche Funktionen: Sie können etwa die Vorschreibung der Grundumlage einsehen, Ihr Gewerbe ruhend melden oder wieder aktivieren, Ursprungszeugnisse (eUZ) beantragen, Lehrverträge anmelden und viele digitale Services und Onlineratgeber nutzen, die Sie im betrieblichen Alltag unterstützen.



Auch Ihr Eintrag im Firmen A-Z ist mit Ihrem Benutzerkonto verknüpft. Er wird automatisch auf Basis Ihrer Gewerbeanmeldung erstellt – kann aber nur mit Login individuell bearbeitet und ergänzt werden. Nach dem Einloggen haben Sie Zugriff auf Ihr Firmenprofil und können Texte, Bilder oder Angebote anpassen.

So loggen Sie sich in Ihr Benutzerkonto ein:

1. Öffnen Sie die Seite wko.at
2. Treffen Sie bei der Cookie-Anfrage Ihre bevorzugte Auswahl.
3. Klicken Sie oben rechts auf „Anmelden“.
4. Geben Sie Ihre Zugangsdaten ein (Benutzername und Passwort).



Hier auf „Anmelden“ klicken.



SERVICE DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Sie haben noch kein Benutzerkonto und brauchen Unterstützung bei der Einrichtung oder haben Ihre Zugangsdaten bzw. das Passwort vergessen?

Das Rechtsservice hilft Ihnen gerne weiter:

T 05 90 905 - 1111 | **E** rechtsservice@wktirol.at

2. IHR PERSÖNLICHER EINTRAG IM FIRMEN A-Z

Ein professioneller Eintrag im Firmen A-Z ist Ihre digitale Visitenkarte und eine der ersten Stellen, an denen potenzielle Kund:innen oder Partner:innen mit Ihrem Unternehmen in Kontakt kommen.

Wenn Sie Ihr Firmenprofil pflegen, verschafft Ihnen dies konkrete Wettbewerbsvorteile, unterstützt Ihre Online-Sichtbarkeit und schafft Vertrauen:

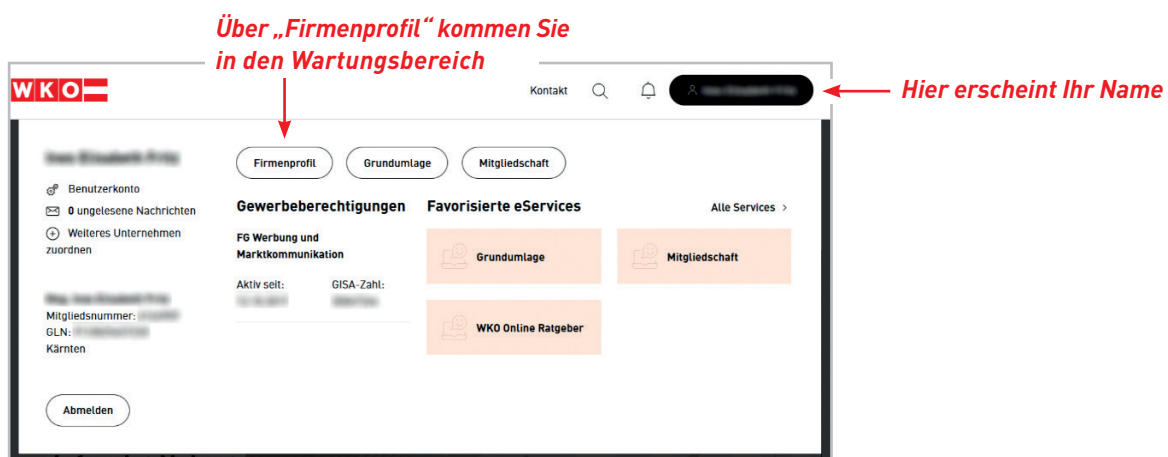
- » Kund:innen und Kooperationspartner:innen suchen gezielt im Firmen A-Z.
- » Google reiht Firmeneinträge aus dem Firmen A-Z häufig sehr weit oben, da es sich bei wko.at um eine vertrauenswürdige Website handelt.
- » Die Wirtschaftskammer darf keine individuellen Empfehlungen für Unternehmen geben und verweist in Beratungen und bei telefonischen Auskünften grundsätzlich auf die Unternehmen im Firmen A-Z. Mit einem attraktiven und ausführlichen Firmenprofil stechen Sie hervor.

Die Suchfunktion im Firmen A-Z wird von künstlicher Intelligenz unterstützt. Das macht es für Interessierte noch einfacher, Ihr Unternehmen zu finden, auch wenn Sie nicht exakt nach den Begriffen suchen, die Sie eingegeben haben, die aber typisch für Ihre Tätigkeit bzw. Ihre Branche sind.

2.1. Login: Wartungsbereich Ihres Firmenprofils

So gelangen Sie in den Bereich, in dem Sie Ihren Firmeneintrag bearbeiten können:

1. Nach dem Einloggen in Ihr Benutzerkonto erscheint auf der Website oben rechts Ihr Name in einer schwarzen Box.
2. Klicken Sie auf Ihren Namen.
3. Klicken Sie anschließend in der Übersicht auf das Feld Firmenprofil.
4. Sie gelangen direkt in den Wartungsbereich Ihres Firmenprofils.



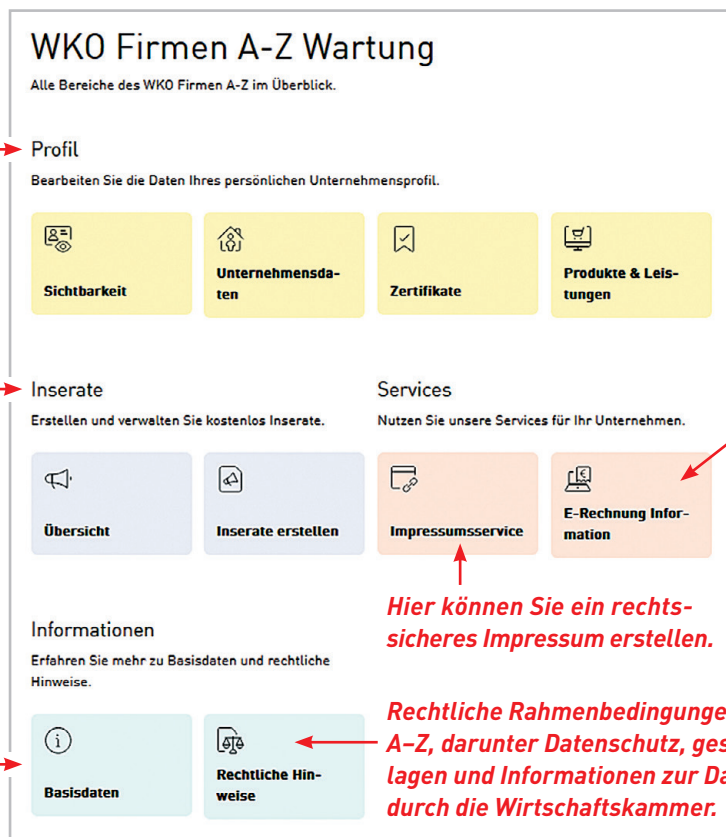
2.2. Überblick: Bereiche im Firmenprofil

Der Wartungsbereich ist in die drei Bereiche „Profil“, „Inserate“ und „Services“ gegliedert. Diese Struktur sehen Sie direkt nach dem Login:

Hier können Sie Sichtbarkeitseinstellungen, Kontaktdaten, Texte, Bilder, Zertifikate und Angebote verwalten.

Hier können Sie Inserate erstellen, z. B. für Betriebsnachfolge, Kooperationen, das Umweltnetzwerk oder zur Bewerbung Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Inklusive Gestaltungstipps.

Basisdaten können nicht selbstständig verändert werden.*



Hier können Sie E-Rechnungsdaten eintragen.

Hier können Sie ein rechtssicheres Impressum erstellen.

Rechtliche Rahmenbedingungen für das Firmen A-Z, darunter Datenschutz, gesetzliche Grundlagen und Informationen zur Datenverarbeitung durch die Wirtschaftskammer.

Vorgegebene Basisdaten (nicht selbst änderbar):

- » Firmenwortlaut (laut Gewerbeanmeldung)
- » Adresse und Standort
- » Inhaberin bzw. Berechtigter
- » Gewerbeberechtigungen
- » Grunddaten zur Rechtsform

** Basisdaten: Die Wirtschaftskammer trägt keine Basisdaten ein, sondern erhält sie von der Gewerbebehörde. Änderungen an diesen Daten müssen deshalb dort beantragt werden, nicht über die Wirtschaftskammer.*

2.3. Die wichtigsten Profilbereiche für Ihre Sichtbarkeit

In der vorherigen Übersicht haben Sie gesehen, wie der Wartungsbereich im Firmenprofil aufgebaut ist.

Besonders relevant ist der Abschnitt „Profil“, denn diese Inhalte werden im öffentlichen Profil angezeigt. Sie bestimmen, wie gut Sie gefunden werden und welchen Eindruck Sie hinterlassen. Ob und wie Sie gefunden werden, können Sie im Bereich „Sichtbarkeit“ einstellen.

Der Bereich „Unternehmensdaten“ bietet den größten Spielraum zur Gestaltung. Hier können Sie Ihre geschäftliche Bezeichnung anpassen, einen attraktiven und umfassenden „Über uns“-Text formulieren, Bilder hochladen, Kontaktmöglichkeiten angeben und Ihre Social-Media-Kanäle verlinken. Dieser Bereich sollte besonders sorgfältig und umfassend ausgefüllt werden, denn er wirkt sich sowohl auf Ihre Auffindbarkeit im Firmen A-Z als auch auf Google aus.

Wenn Sie **Zertifikate** im Firmenprofil hochladen, zeigen Sie auf einen Blick, wofür Ihr Unternehmen steht. Hier können Sie zum Beispiel Qualitätsauszeichnungen Ihrer Firma hinzufügen. Einige Zertifikate werden automatisch zugeordnet, weitere können selbst bzw. durch die zuständige Fachgruppe ergänzt oder bildlich dargestellt werden.

Im Bereich **Produkte und Leistungen** haben Sie die Möglichkeit, Ihr Angebot konkreter darzustellen. Hier beschreiben Sie Ihre Dienstleistungen oder Produkte und ordnen sie einer passenden Kategorie im Produktkatalog zu. Durch eine präzise Beschreibung und aussagekräftige Bilder oder Videos helfen Sie Interessierten dabei, auf den ersten Blick zu erkennen, was Sie anbieten.

HINWEIS

Wie Sie diese drei Bereiche konkret ausfüllen und so ein ansprechendes Firmenprofil erstellen, erfahren Sie ab Kapitel 5. Dort finden Sie Tipps, Screenshots, Arbeitsblätter und KI-Prompts zur Unterstützung.

3. EIN STARKES PROFIL ERSTELLEN: TIPPS

Ihr Eintrag im Firmen A-Z kann der erste Kontaktpunkt für zukünftige Kund:innen sein. Die Entscheidung, ob Sie jemand buchen oder bei Ihnen kaufen will, wird oft in wenigen Minuten getroffen. Überzeugende Texte, authentische Bilder und eine Einladung zur Kontaktaufnahme machen es Interessierten leichter, sich für Sie zu entscheiden.

Kund:innen wollen auf den ersten Blick sehen, wie und wann sie Sie erreichen können. Aktualisieren Sie daher regelmäßig Ihre Kontaktdaten und Öffnungszeiten.

Wichtig ist, dass Ihr Profil überhaupt ausgefüllt ist. Sehr viele Einträge im Firmen A-Z enthalten nur Basisdaten. Fragen Sie sich selbst: Würden Sie jemanden buchen, dessen Profil völlig leer ist, wenn Sie die Person nicht kennen?

TIPP

Machen Sie sich keinen Druck. Ihr Firmenprofil darf wachsen und sich entwickeln – es muss nicht von Anfang an perfekt sein. Texte lassen sich jederzeit überarbeiten, Bilder austauschen oder Inhalte ergänzen. Wichtig ist, dass Sie jetzt die ersten Schritte machen und anfangen!

3.1. Auffindbarkeit und Keywords

Wenn jemand bei Google oder im Firmen A-Z nach einer Dienstleistung oder einem Produkt sucht, entscheidet oft ein einziges Wort darüber, ob Ihr Profil erscheint oder nicht! Deshalb ist es wichtig, dass Ihre Texte alle relevanten Begriffe (Keywords) enthalten, nach denen Ihre (zukünftigen) Kund:innen suchen.



So finden Sie passende Keywords:

- » Versetzen Sie sich in Ihre Kund:innen: Welche Wörter und Begriffe würden diese verwenden, um Ihr Angebot zu finden?
- » Welche Probleme, Schmerzpunkte, Ziele, Träume und Wünsche hat Ihre Zielgruppe, bei denen Sie sie unterstützen können?
- » Geben Sie bei Google im Inkognito-Modus ein Keyword ein. Achten Sie auf die automatischen Vorschläge, Fragen und Begriffe in den Suchergebnissen.
- » Beobachten Sie den Wettbewerb: Wie beschreiben andere ähnliche Angebote? Welche Begriffe und Wörter tauchen häufig auf?

Erwähnen Sie die Keywords an sinnvollen Stellen:

- » in Ihrer Geschäftsbezeichnung
- » in Ihrem „Über uns“-Text
- » in der Beschreibung Ihrer Produkte und Dienstleistungen

3.2. Verständliche Texte schreiben

Vermeiden Sie Standardfloskeln, blumige Sprache und kopierte Textbausteine und schreiben Sie so, wie Sie auch mit Ihren Kund:innen sprechen würden – seien Sie dabei immer möglichst konkret!

Strukturieren Sie Ihre Inhalte gut: Verwenden Sie kurze Absätze, Überschriften und machen Sie wichtige Passagen sichtbar, zum Beispiel durch fett gesetzte Wörter oder kurze Aufzählungen.

Auch Links können gezielt eingesetzt werden, z.B. wenn Sie auf eine bestimmte Seite auf Ihrer Website verweisen wollen.

Wenn Sie Ihre Texte professionell gestalten möchten, aber selbst nicht gerne schreiben oder sich unsicher fühlen, lohnt es sich, Profis beizuziehen. Gute Texter:innen oder Werbeagenturen helfen Ihnen dabei, Ihr Angebot verständlich, ansprechend und suchmaschinentauglich zu präsentieren. Viele davon finden Sie direkt im Firmen A–Z.

TIPP FÜR FORTGESCHRITTENE

Lassen Sie Ihre Texte von jemandem aus Ihrer Zielgruppe lesen und bewerten – idealerweise von jemandem, der Sie noch nicht kennt. So erkennen Sie sofort, ob verstanden wird, was Sie tun – oder ob es noch Fragen gibt.

3.3. Bilder richtig einsetzen

Bilder geben Ihrem Profil Persönlichkeit. Zeigen Sie, wer Sie sind, wofür Sie stehen und was Sie tun. Fotos von Ihnen, Ihrem Team oder bei der Arbeit schaffen Vertrauen und machen Ihr Profil menschlich. Auch ein gut gestaltetes Logo oder ein ansprechendes Titelbild sorgen für einen guten ersten Eindruck.

Verzichten Sie auf austauschbare Stockfotos oder Bilder aus dem Internet – sie wirken nicht nur gestellt, sondern können auch rechtlich problematisch sein. Achten Sie bei professionellen Bildern unbedingt auf die Bildrechte, besonders wenn Sie mit externen Fotograf:innen arbeiten.

Wenn Sie professionelle Bilder benötigen oder ein Logo gestalten lassen möchten, lohnt sich die Zusammenarbeit mit Grafiker:innen oder Werbeagenturen. Passende Ansprechpartner:innen finden Sie im Firmen A–Z.

4. RECHTLICHE GRUNDLAGEN

Ein vollständiges Firmenprofil ist nicht nur eine Frage von Sichtbarkeit, sondern auch von rechtlicher Sicherheit. Damit Sie urheberrechtlich und in Bezug auf die Impressumspflicht gut aufgestellt sind, finden Sie hier die wichtigsten Hinweise.

4.1. Urheberrecht: Was Sie bei Bildern und Texten beachten müssen

Das Urheberrecht betrifft nicht nur Fotos, sondern auch Texte, Grafiken und andere Inhalte, die Sie in Ihrem Firmenprofil oder auf Ihrer Website verwenden. Sobald ein Werk geschaffen wird – egal ob Bild oder Text – entsteht automatisch ein Urheberrecht, das geschützt ist.

Achten Sie bei der Verwendung von Bildern und Texten auf folgende Punkte:

- » Verwenden Sie ausschließlich Inhalte, für die Sie die Rechte besitzen – entweder durch eigene Erstellung oder durch schriftlich geregelte Nutzungsrechte.
- » Texte aus dem Internet dürfen nicht kopiert werden – auch nicht in Auszügen. Jede Veröffentlichung setzt eine Erlaubnis der/s Urheber:in voraus.
- » Holen Sie immer eine schriftliche Zustimmung ein, wenn Sie z. B. Referenzfotos von Kundenprojekten zeigen wollen.
- » Professionelle Fotograf:innen behalten in der Regel das Urheberrecht – auch wenn Sie das Foto bezahlen. Die Nutzung muss separat vereinbart werden.
- » Die Veränderung von Bildern darf nur mit Zustimmung der/s Urheber:in erfolgen.
- » Der/s Urheber:in kann Nutzungsrechte einräumen, aber das Urheberrecht selbst bleibt bei ihr bzw. ihm.
- » Angabe der Urheberbezeichnung (Copyright) kann auch bei gekauften Bildern ein Pflichtbestandteil sein.

Kennzeichnung von KI-Inhalten

Achtung: Zusätzlich zum Urheberrecht müssen bei Bildern und Texten auch datenschutzrechtliche Bestimmungen sowie Kennzeichnungspflichten von KI-generierten Inhalten berücksichtigt werden.



SERVICE DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Wenn Sie sich unsicher sind, ob Sie einen Text oder ein Bild verwenden dürfen, hilft Ihnen das Team der WKT gerne weiter:

T 05 90 905 - 1111 | E rechtsservice@wkttirol.at



4.2. Impressumspflicht und Impressum-Generator

Für alle Unternehmen, die eine Website betreiben, gelten die folgenden Informationspflichten:

- » des E-Commerce-Gesetzes (ECG) (gilt für sämtliche kommerzielle Websites – Online-Shops, Infoangebote, Suchmaschinen usw.)
- » des Unternehmensgesetzbuches (UGB) (für Firmen, die im Firmenbuch eingetragen sind)
- » der Gewerbeordnung (GewO) (für Firmen, die nicht im Firmenbuch eingetragen sind)
- » die Offenlegungspflicht gemäß Mediengesetz (bezieht sich auf den Inhalt von Websites; gilt für sämtliche Websites, privat wie kommerziell, zusätzlich zu ECG und UGB/GewO)

Die Bestimmungen gelten abgesehen von Websites für jede Form von elektronischen Inhalten. Das heißt, auch wenn Sie geschäftlich in sozialen Medien wie z. B. XING, Facebook, Instagram und App unterwegs sind, brauchen Sie ein Impressum!

HINWEIS

Wenn Sie einen Impressumsgenerator aus dem Internet verwenden, achten Sie bitte darauf, alle Richtlinien genau einzuhalten, z. B. den Namen oder Link des Generators korrekt anzugeben, da sonst eine Abmahnung drohen kann.

Am sichersten ist es, den kostenlosen Impressum-Service von wko.at zu nutzen, mit dem Sie Ihr Impressum direkt im Firmenprofil erstellen können!

Navigieren Sie in Ihrem Firmenprofil unter „Services“ zu „Impressumsservice“

- » Unter diesem Punkt haben Sie die Möglichkeit, ein **rechtskonformes Impressum** zu erzeugen.
 - » Füllen Sie alle **Pflichtfelder*** auf dieser Seite aus. Wählen Sie nach jedem Schritt den Button „Weiter“ und abschließend den Button „Jetzt erstellen“.
 - » Der nun erzeugte Link kann z. B. **für Ihre Social Media Seiten** verwendet werden.
- Achtung:** Für Ihre Website müssen Sie den gesamten Impressumstext kopieren und auf Ihrer Impressumsseite einfügen.



SERVICE DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Wenn Sie bei der Erstellung eines rechtsgültigen Impressums Unterstützung brauchen oder es prüfen lassen wollen helfen wir Ihnen gerne weiter:

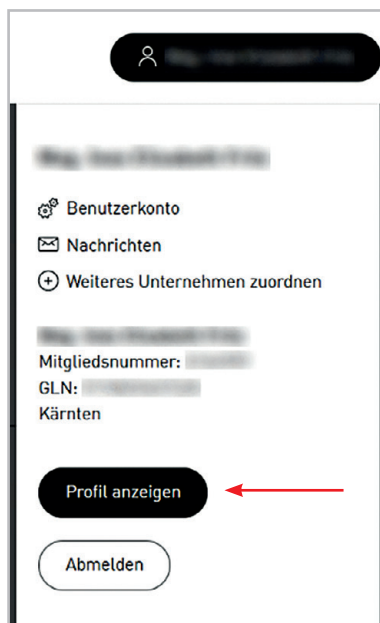
T 05 90 905 - 1372 | **E** digitalisierung@wktirol.at

5. PRAXISTEIL: IHR FIRMENPROFIL AUSFÜLLEN

Navigieren Sie in Ihrem Benutzerkonto zu Ihrem Firmenprofil (siehe 2.1. Login), um es zu bearbeiten.

Tipp: Wenn Sie die durchgeführten Änderungen immer sofort in der öffentlichen Ansicht sehen wollen, öffnen Sie Ihr Firmenprofil am besten zusätzlich in einem zweiten Browsertab.

- » Navigieren Sie dafür in einem zweiten Browsertab noch einmal zu wko.at und melden Sie sich, falls notwendig, erneut an.
- » Klicken Sie im Wartungsbereich rechts oben auf Ihren Namen.
- » Klicken Sie auf „Profil anzeigen“.



Sie können nun zwischen den Browsertabs hin- und herwechseln. Vergessen Sie nicht, den Tab mit dem öffentlichen Profil zu aktualisieren, wenn Sie Änderungen vorgenommen und gespeichert haben.

HINWEIS

Der Wartungsbereich und die Eingabemasken im Firmen A-Z sind in einer bestimmten Reihenfolge aufgebaut. In diesem Workbook arbeiten wir **mit einer geänderten Reihenfolge**, die es für Sie einfacher macht: Zuerst beschäftigen wir uns mit den Einstellungen zur Sichtbarkeit, danach werden die Kontaktdaten ausgefüllt und Bilder hochgeladen. Im Anschluss folgen Texte wie Geschäftsbezeichnung und „Über uns“-Text, das Einfügen von Zertifikaten und am Ende das detaillierte Leistungsangebot.

In der „Bearbeitungsansicht Ihres Firmenprofils“ können Sie verschiedene Einstellungen über **Schieberegler** aktivieren oder deaktivieren: schwarz (weißer Punkt-rechts) bedeutet aktiv, weiß (schwarzer Punkt links) bedeutet inaktiv.



aktiv, sichtbar



inaktiv, ausgeblendet

Speichern Sie regelmäßig! Besonders bei umfangreicheren Eingaben empfiehlt es sich, nach jedem Bearbeitungsschritt Ihre Änderungen zu sichern.

5.1. Kontaktdaten, Erreichbarkeit und Sichtbarkeit

Navigieren Sie im Firmenprofil zum Bereich „Sichtbarkeit“, um einzustellen, ob und wie Sie auf wko.at angezeigt werden möchten.

Sichtbarkeit
Hier können Sie festlegen, welche Informationen in Ihrem Unternehmensprofil im WKO Firmen A-Z öffentlich sichtbar sind.

Adresse anzeigen
Ist die „Adresse anzeigen“ aktiviert, wird Ihr Unternehmensprofil mit voller Adresse in der Umkreissuche und in der Kartenansicht angezeigt. Ist „Adresse anzeigen“ deaktiviert, wird ausschließlich die Postleitzahl und der Ort öffentlich angezeigt.

Unternehmensprofil anzeigen
Ist „Unternehmensprofil anzeigen“ aktiviert, wird Ihr Profil im WKO Firmen A-Z angezeigt. Auch Suchmaschinen können Ihre Unternehmen finden.

☒ Für alle Nutzerinnen und Nutzer
☐ Nur für angemeldete Wirtschaftskammer Mitglieder

Anzeigeoptionen für Ihre Gewerbeberechtigung

Gewerbewortlaut Werbesignatur ☐

Berechtigung anzeigen ☐

Gewerberechtliche Geschäftsführerin anzeigen ☐

Wirksamkeitsdatum anzeigen ☐

Einstellungen speichern

Wählen Sie aus, ob und für wen Ihre Geschäftsadresse im öffentlichen Profil sichtbar sein soll.

Wenn Sie im Firmen A-Z und bei Google sichtbar bleiben wollen, lassen Sie diese Standardeinstellung unbedingt aktiviert!

Sie können hier die Voreinstellungen beibehalten oder selbst festlegen, welche Details zu Ihrer Gewerbeberechtigung öffentlich sichtbar sein sollen.

Wechseln Sie im Firmenprofil zu „Unternehmensdaten“ und scrollen Sie zu den Feldern für die „Kontaktdaten“, „Social-Media-Profile“ und „Öffnungszeiten“.

Tragen Sie Ihre **aktuellen Kontaktdaten** ein. Wenn Sie eine Website haben, tragen Sie diese unbedingt ein! Durch diesen **Link vom Firmen A-Z** steigen die Chancen, bei Google höher gerankt zu werden.

Kontaktdaten
Tragen Sie die Kontaktdaten Ihres Unternehmens ein, unter denen Sie erreicht werden können.

Website

E-Mail Adresse

Mobiltelefon

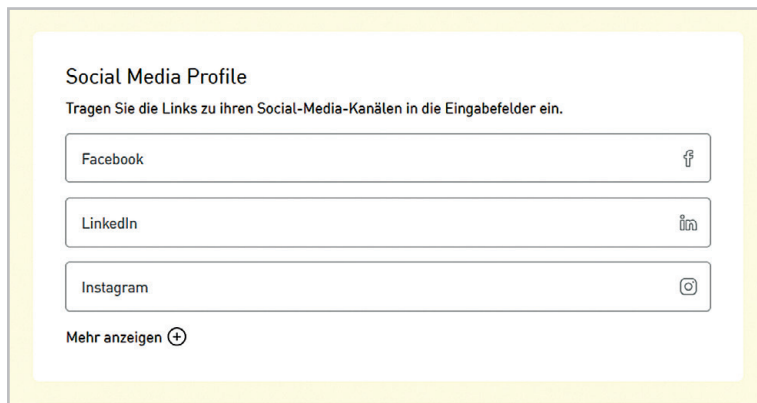
Telefon

Mit Kontaktangaben ist Ihr Unternehmen direkt erreichbar und einfach auffindbar.

Scrollen Sie auf der Seite ganz nach unten und klicken Sie auf „Einstellungen speichern“. Wiederholen Sie dies nach jeder Änderung, um sicher zu gehen, dass keine Eingaben verloren gehen.

Einstellungen speichern

Führen Sie alle Social-Media-Profile, die Sie geschäftlich nutzen, an.



Social Media Profile

Tragen Sie die Links zu ihren Social-Media-Kanälen in die Eingabefelder ein.

Facebook 

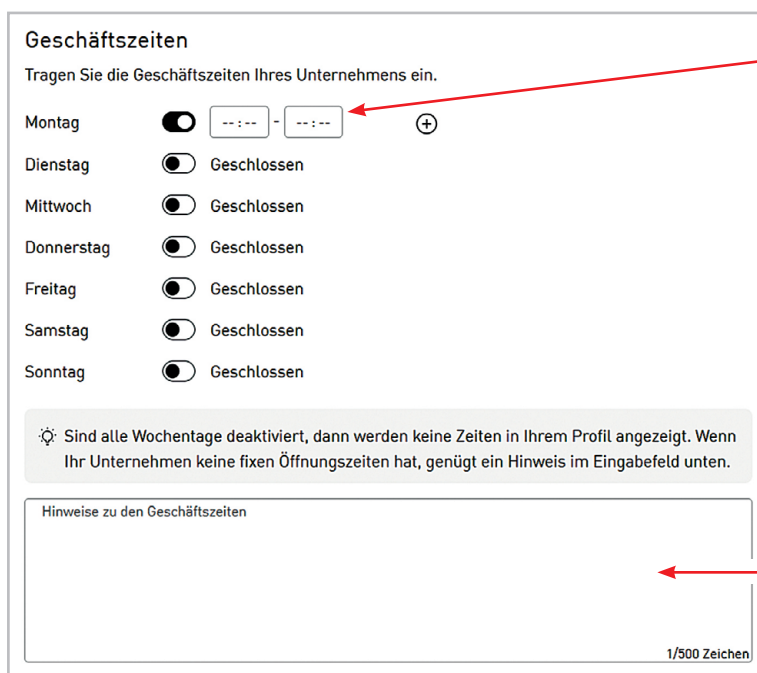
LinkedIn 

Instagram 

Mehr anzeigen 

Klicken Sie auf „Mehr anzeigen +“, wenn Sie Kanäle wie Youtube, TikTok oder X (vormals Twitter) eintragen möchten.

Auch Ihre aktuellen Geschäftszeiten gehören ins Profil.



Geschäftszeiten

Tragen Sie die Geschäftszeiten Ihres Unternehmens ein.

Montag  --:-- - --:-- 

Dienstag  Geschlossen

Mittwoch  Geschlossen

Donnerstag  Geschlossen

Freitag  Geschlossen

Samstag  Geschlossen

Sonntag  Geschlossen

 Sind alle Wochentage deaktiviert, dann werden keine Zeiten in Ihrem Profil angezeigt. Wenn Ihr Unternehmen keine fixen Öffnungszeiten hat, genügt ein Hinweis im Eingabefeld unten.

Hinweise zu den Geschäftszeiten

1/500 Zeichen

Wenn Sie den Schieberegler nach rechts schieben, erscheinen Felder, in die Sie Ihre Öffnungszeiten eintragen können.

Schreiben Sie, wie Sie am besten erreichbar sind, telefonisch vormittags, per E-Mail, direkt via WhatsApp etc. Wenn Sie keine fixen Zeiten haben, z. B.: „Termine nach Vereinbarung.“

5.2. Bilder und Videos hochladen

Ein gutes Bild sagt oft mehr als viele Worte. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen optisch – z. B. mit einem Bild von sich, Ihrem Team oder Ihrer Tätigkeit.

Wichtig: Nutzen Sie keine Stockfotos. Zeigen Sie sich, Ihre Arbeit oder Ihre Räumlichkeiten, das wirkt authentischer.

Wenn Sie aktuell keine passende Bilder oder kein Logo haben, können Sie diese Felder auch freilassen und später ergänzen.



Navigieren Sie zu „Unternehmensdaten“. Ganz oben finden Sie die Möglichkeit, Titelbild und Logo einzufügen. Ziehen Sie ein Bild oder Ihr Logo von Ihrem Computer in das vorgegebene Feld oder klicken Sie in das Feld oder klicken Sie in das Feld und suchen Sie nach der gewünschten Datei.

Titelbild und Logo
Laden Sie ein Titelbild und Ihr Firmenlogo hoch, um Ihr Unternehmen zu präsentieren.

 **Titelbild hier ablegen oder klicken**
JPG, PNG, max. 6 MB, 1200x350 px empfohlen

 **Logo hier ablegen oder klicken**
JPG, PNG, max. 6 MB, 800x800 px empfohlen

Für Bilder gelten folgende Maße und Vorgaben:

- » Bilder und Logos im jpg- oder png-Format
- » optimales Titelbild: Querformat, da es sonst ungünstig beschnitten wird, 1200 Pixel Breite, 350 Pixel Höhe, Bildgröße max. 6 MB
- » optimales Logo: quadratisch, 800 x 800 Pixel, Bildgröße max. 6 MB



Geeignet als Titelbild



Nicht geeignet

Scrollen Sie auf der Seite „Unternehmensdaten“ zu „Firmenbilder“ und laden Sie bis zu acht Bilder hoch. Geben Sie den Bildnachweis (Namen der/des Fotograf:in) an und beachten Sie die Kennzeichnungspflicht zu KI-generierten Inhalten.

Achtung: Hier geht es um allgemeine Firmenbilder, Imagebilder oder Portraits von Ihnen. Bilder Ihrer Produkte kommen erst in einem der nächsten Schritte.

Firmenbilder
Laden Sie maximal 8 Bilder hoch, um Ihr Unternehmen zu präsentieren

 **Firmenbild hier ablegen oder klicken**
JPG, PNG, max. 6 MB, 1200x350 px empfohlen

Sie können auf Ihrem Firmenprofil zudem bis zu drei Videos verlinken, diese müssen bereits auf Youtube oder Vimeo veröffentlicht sein. Ein Video eignet sich besonders gut, wenn Sie ein professionelles Vorstellungs- oder Imagevideo haben.

Firmenvideos
Fügen Sie bis zu drei Videos einzeln hinzu, um Ihr Unternehmen zu präsentieren.

 Geben Sie dem Video einen Titel und kopieren Sie den Video-Link in das Eingabefeld
Unterstützt werden ausschließlich Youtube- und Vimeo-Links.

Videotitel

YouTube- oder Vimeo-Link

Hinzufügen

Wählen Sie für Ihre Videos einen aussagekräftigen Titel und fügen Sie den jeweiligen Link zu Youtube oder Vimeo ein. Klicken Sie auf Hinzufügen und anschließend auf Einstellungen speichern.

5.3. Geschäftsbezeichnung formulieren

Die Geschäftsbezeichnung erscheint direkt unter dem offiziellen Firmenwortlaut und ist in der Trefferliste des Firmen A–Z deutlich sichtbar. Das bedeutet: Noch bevor jemand Ihr Profil anklickt, entscheidet diese Zeile mit, ob Sie ausgewählt werden, oder weitergescrollt wird.

Sie können Ihre Geschäftsbezeichnung nutzen, um Ihre Spezialisierung oder Ihr Angebot auf den Punkt zu bringen. Allgemeine Begriffe wie „Beratung“ oder „Service“ sind wenig aussagekräftig. Präzise Beschreibungen helfen nicht nur bei der Sichtbarkeit, sondern unterstreichen auch Ihre Kompetenz.

Navigieren Sie im Bereich „Unternehmensdaten“ zum Feld Geschäftsbezeichnung. Sie finden dieses Feld gleich unter Titelbild und Logo.

Geschäftsbezeichnung
Tragen Sie den Namen Ihres Geschäfts ein, unter dem Sie gefunden werden wollen. Beispiel: „Gasthof zur Post“.

Geschäftsbezeichnung

Tragen Sie eine aussagekräftige Geschäftsbezeichnung und/oder Ihren Firmennamen ein, sofern dieser nicht dem offiziellen Firmenwortlaut entspricht.

Verwenden Sie das Arbeitsblatt oder den KI-Prompt auf den nächsten Seiten, wenn Sie sich beim Finden einer passenden Geschäftsbezeichnung unterstützen lassen wollen.



Beispiele für Geschäftsbezeichnungen:

- » Kosmetikstudio Glanz: Hautpflege für empfindliche Haut
- » Eventservice Meier: Verleih und Deko für Feste und Feiern
- » Happy Moments: Familienfotografie und Hochzeitsfotografie
- » Friseurstudio Haargenau: Natürliche Schnitte und Pflanzenfarben
- » Knusperzeit: Glutenfreie Backwaren aus Kärnten

ACHTUNG

Wenn Sie zur besseren Vermarktung eine zusätzliche Bezeichnung führen, spricht man rechtlich von einer sogenannten Etablissement-Bezeichnung (Geschäftsbezeichnung). Diese darf nicht täuschend sein oder zu Verwechslungen führen. Beispiel: Die nicht im Firmenbuch eingetragene Einzelunternehmerin Susanne Maier kann bei Betreiben eines Strickwarenhandels zusätzlich zu ihrem Vor- und Nachnamen folgende Geschäftsbezeichnung verwenden: Wollstube Susi.

5.3.1. Arbeitsblatt Geschäftsbezeichnung

Formulieren Sie eine Geschäftsbezeichnung, die eindeutig und ansprechend für Ihre Kundinnen und Kunden ist.

Meine Geschäftsbezeichnung:

5.3.2. Geschäftsbezeichnung mit Hilfe von KI formulieren

- » Kopieren Sie den Text in der Box und fügen Sie ihn in ein KI-Programm wie Chat GPT, Google Gemini oder Ähnliches ein.
- » Füllen Sie die Platzhalter (*im Text kursiv*) mit individuellen Informationen zu Ihrem Unternehmen aus.
- » Das Programm erstellt Ihnen anschließend mehrere Textentwürfe.
- » Verändern oder übernehmen Sie den Entwurf für Ihre Geschäftsbezeichnung oder lassen Sie sich weitere Entwürfe ausarbeiten.
- » Im Kapitel 5.7. finden Sie Befehle zum Verfeinern.

Prompt für die „Geschäftsbezeichnung:

Bitte hilf mir, eine prägnante Geschäftsbezeichnung für mein Unternehmen zu finden, die eindeutig erkennen lässt, was Kundinnen und Kunden bei mir bekommen. Achte dabei darauf, dass sie nicht zu kreativ oder wie ein reiner Markenname klingt, sondern vor allem meine Branche und mein spezielles Angebot bzw. meine Nische widerspiegelt.

Hier meine wichtigsten Informationen:

- » Branche: *[bitte Ihre Branche eintragen]*
- » Nische bzw. Schwerpunkt: *[bitte in Stichworten angeben]*
- » Zielgruppe (optional): *[bitte Stichworte zur Zielgruppe angeben]*

Die Bezeichnung soll kurz und verständlich sein, damit man auf den ersten Blick erkennt, womit ich mich beschäftige und was ich anbiete. Bitte mach mir mehrere Vorschläge und erkläre kurz, warum du sie für passend hältst.

5.4. „Über uns“-Text schreiben

Ihr „Über uns“-Text ist einer der wichtigsten Bereiche Ihres Profils. Ein ansprechender Text macht Sie nahbar, baut Vertrauen auf und lädt zur Kontaktaufnahme ein.

Inhaltlich sollte Ihr Text diese Fragen beantworten:

- » Wer sind Sie?
- » Was bieten Sie an – und für wen?
- » Wobei genau unterstützen oder helfen Sie?

Scrollen Sie auf der Seite „Unternehmensdaten“ zum „Über uns“-Bereich. Dieser befindet sich genau zwischen der Geschäftsbezeichnung und den Kontaktdaten.

Achten Sie beim Erstellen des Textes auf folgende Punkte:

- » Sprechen Sie die Sprache Ihrer Kund:innen, per Du oder Sie.
- » Sie schreiben zwar über sich – gehen Sie jedoch, wenn möglich, trotzdem auf Bedürfnisse, Wünsche und Probleme, Ihrer Kund:innen ein.
- » Verwenden Sie relevante Keywords, die auch bei der Suche helfen.
- » Seien Sie konkret, persönlich und nachvollziehbar.
- » Zeigen Sie Erfahrung, Kompetenz oder Kundenstimmen.
- » Schließen Sie mit einer einladenden und sympathischen Handlungsaufforderung (Call to Action), z. B. zur Kontaktaufnahme.



Über uns

Stellen Sie Ihr Unternehmen kurz vor und erzählen Sie etwas über Ihre Unternehmensphilosophie, Geschichte oder Ihr Team.

Gründungsjahr

Anzahl der Mitarbeiter

F K

Wir über uns
Verwenden Sie klare Absätze und vermeiden Sie zu lange Textblöcke.

Strukturieren Sie Inhalte z. B. mit einer Aufzählung:

- Heben Sie wichtige Aussagen **fett** oder *kursiv* hervor, um die Lesbarkeit zu verbessern.
- Verwenden Sie verständliche Sprache und erklären Sie Fachbegriffe, falls notwendig.
- Setzen Sie Links, wenn Sie z. B. auf eine Unterseite oder zu genaueren Informationen auf Ihrer Website verweisen wollen.

408/1500 Zeichen

Mehr anzeigen

Achten Sie darauf, Ihren „Über uns“-Text zu formatieren. Dies verbessert Lesefreundlichkeit und Barrierefreiheit und ist optisch ansprechender.

Beispiele für „Über uns“-Texte:

Ich bin Anna, Inhaberin von Stich! – deinem Piercingstudio in Villach. Bei mir geht's nicht um einfachen Körperschmuck, sondern um das eine Piercing, das wirklich zu dir passt.

Viele meiner Kundinnen sind sich anfangs unsicher: Was steht mir? Wo tut es weh? Worauf muss ich achten? Genau dafür nehme ich mir ausreichend Zeit.

Du bekommst bei mir:

- » eine ehrliche, typgerechte Beratung
- » professionelle Durchführung in ruhiger Atmosphäre
- » eine riesige Auswahl an Schmuck für jeden Typ

Ich will, dass du dich nicht nur wohlfühlst, sondern mit einem Piercing nach Hause gehst, das dich noch mehr strahlen lässt! Auf Instagram oder meiner Website findest du viele Vorher-Nachher-Fotos und Eindrücke aus dem Studio.

Lust auf dein nächstes oder erstes Piercing?

Schreib mir gleich eine Nachricht auf WhatsApp – ich freue mich auf dich!

Ich bin Hannes Blumig und seit über 15 Jahren in der Gartenpflege und Landschaftsgestaltung tätig, mit einem besonderen Fokus auf Betreuungseinrichtungen, Kindergärten, Schulen, Tierheime und ähnliche sensiblen Orte. In diesen Bereichen zählt nicht nur die Optik, sondern vor allem Sicherheit und Verträglichkeit: keine rutschigen Wege, keine giftigen Pflanzen, keine scharfen Kanten und natürlich der Einsatz von umweltfreundlichen Pflegemitteln, die für Kinder, ältere Menschen und Tiere unbedenklich sind.

Ich kümmere mich um:

- » sichere, gepflegte Außenflächen mit nachhaltigen Methoden
- » fachgerechten Schnitt von Hecken, Sträuchern und Bäumen
- » Lösungen für Schatten, Spielflächen oder ruhige Zonen

Ich freue mich auf Ihren Anruf, wenn Sie Ihre Außenflächen sicher und einladend gestalten wollen.

Erstellen Sie einen ansprechenden Text mithilfe des Arbeitsblatts oder der KI-Anleitung auf den folgenden Seiten. Klicken Sie auf Speichern, wenn Sie Ihren individuellen und fertigen Text in das „Über uns“-Feld eingefügt haben.

5.4.1. Arbeitsblatt „Über uns“

Wichtige Keywords

Wonach suchen Ihre Kundinnen und Kunden? Welche Probleme hat Ihre Zielgruppe? Finden Sie die relevanten Keywords (Branchenbegriffe, Orte) heraus und bauen Sie diese natürlich in den gesamten „Über uns“-Text ein.

Wer bin ich?

Beschreiben Sie kurz sich, Ihre Kompetenz und Ihren beruflichen Werdegang kurz in zwei bis drei Sätzen.

Wem helfe ich? (Zielgruppe)

Beschreiben Sie, mit wem Sie am liebsten zusammenarbeiten und gegebenenfalls, wie eine Zusammenarbeit aussehen kann.

Was biete ich an und wie?

Nennen Sie kurz Ihre wichtigsten Dienstleistungen und/oder Produkte. Stellen Sie den Nutzen für Ihre Kundinnen und Kunden in den Vordergrund und erwähnen Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal.

Call-to-Action

Laden Sie Interessentinnen und Interessenten am Ende Ihres Textes ein, mit Ihnen Kontakt aufzunehmen und schreiben Sie dazu, wie Sie am besten erreichbar sind – z. B. per Anruf, E-Mail, Social Media.

5.4.2. „Über uns“-Text mit Hilfe von KI erstellen

- » Kopieren Sie den Text in der Box und fügen Sie ihn in ein KI-Programm wie Chat GPT, Google Gemini oder Ähnliches ein.
- » Füllen Sie die Platzhalter (*im Text kursiv*) mit individuellen Informationen zu Ihrem Unternehmen aus.
- » Das Programm erstellt Ihnen anschließend mehrere Textentwürfe.
- » Verändern oder übernehmen Sie den Entwurf für Ihren „Über uns“-Text oder lassen Sie sich weitere Entwürfe ausarbeiten.
- » Im Kapitel 5.7. finden Sie Befehle zum Verfeinern.

Prompt für den „Über uns“-Text:

Bitte erstelle einen kurzen, aber aussagekräftigen ‚Über uns‘-Text für mein Firmenprofil auf wko.at. Achte dabei auf folgende Punkte:

Wer bin ich?

Stelle mich bitte kurz mit Namen und Beruf/Funktionsbezeichnung vor.
Ich bin [*bitte Ihren Namen eintragen*]

Wem helfe ich?

Beschreibe, wer von meinem Angebot profitiert (Zielgruppe, Kundinnen und Kunden).
Ich helfe [*bitte in Stichworten eintragen*]

Was biete ich an und wie?

Nenne meine wichtigsten Dienstleistungen/Produkte sowie meine Alleinstellungsmerkmale.
Ich biete [*bitte in Stichworten eintragen*]

Call-to-Action

Bitte baue ein, wie mich Interessentinnen und Interessenten am besten erreichen können.
Ich bin am besten erreichbar via [*bitte eintragen: z. B. telefonisch, via Whatsapp, per E-Mail etc.*]

5.5. Zertifikate und Gütesiegel einfügen

Zertifikate schaffen Vertrauen und zeigen, dass Sie Teil eines Netzwerks sind, eine besondere Qualifikation besitzen oder für bestimmte Leistungen ausgezeichnet wurden.

Zertifikate wie „Frau in der Wirtschaft“ oder „Junge Wirtschaft“ erscheinen automatisch, wenn Sie diesen Netzwerken angehören. Bei weiteren Auszeichnungen wie z. B. dem Meistergütesiegel, hilft Ihre Fachorganisation.

Navigieren Sie im Wartungsbereich Ihres Firmenprofils zum Bereich „Zertifikate“. Klicken Sie auf „Hinzufügen“ wenn Sie das gewünschte Zertifikat ausgewählt haben.

Treffen Sie Ihre Auswahl im Drop-Down-Menü, indem Sie hier klicken.

Wenn Sie zusätzliche Nachweise, Mitgliedschaften oder Siegel präsentieren möchten, können Sie diese als Bild in den Unternehmensdaten hochladen – z. B. ISO-Zertifizierungen, Auszeichnungen oder Kooperationen (siehe Kapitel 5.2: Bilder und Videos hochladen).

5.6. Leistungsangebot anführen

In diesem Bereich zeigen Sie konkret, was Sie anbieten – und zwar so, dass es verständlich, auffindbar und überzeugend ist. Dabei können Sie sowohl Produkte als auch Dienstleistungen anführen.

Navigieren Sie im Wartungsbereich Ihres Firmenprofil zum Bereich „Produkte und Leistungen“.

Produkte & Leistungen

Hier können Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen potenziellen Kundinnen und Kunden vorstellen. Bitte beachten Sie die [rechtliche Hinweise](#) zu Produkten und Leistungen.

Produkte und Leistungen beschreiben

Beschreiben Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Diese Angaben werden in Ihrem Profil angezeigt und verbessern Ihre Sichtbarkeit.

≡ F K ↻

Produkte und Leistungen

0/1500 Zeichen

Welche Marken finden sich in Ihrem Angebot?

Welche Marken befinden sich in Ihrem Angebot?

Weniger ist mehr: Wählen Sie 3 bis 4 Schwerpunkte, die Ihre Arbeit am besten beschreiben. Zu viele Informationen können überfordernd wirken.

Tragen Sie Ihre wichtigsten Leistungsbereiche in das Textfeld ein und achten Sie auf eine ansprechende und attraktive Formatierung des Textes, wie schon beim „Über uns“-Text (siehe Kapitel 5.4.).

Auf den folgenden Seiten finden Sie das Arbeitsblatt und eine KI-Anleitung, die Sie bei der Erstellung Ihrer Angebotsbeschreibung unterstützen.

Achten Sie beim Eintragen Ihrer Leistungen auf Folgendes:

- » Spezialisierung statt Bauchladen: Zeigen Sie möglichst konkret, was sie anbieten.
- » Einfache Sprache: Vermeiden Sie Fachbegriffe und schreiben Sie so, wie Ihre Zielgruppe sucht.
- » Strukturierte Darstellung: Arbeiten Sie z. B. mit einer fetten Überschriften pro Produkt oder Leistungsbereich und einer kurzen, klaren Beschreibung darunter.
- » Keywords: Überlegen Sie, welche Begriffe Ihre Kund:innen in die Suche eingeben würden und verwenden Sie diese gezielt.

Produktfotos machen Ihr Angebot greifbar. Besonders im Handel, aber auch in Dienstleistungsberufen wie Kosmetik oder Friseur sind Bilder entscheidend. Zeigen Sie nicht nur Produkte, sondern auch Ergebnisse Ihrer Arbeit.

HINWEIS

Wenn andere Personen abgebildet sind, holen Sie immer deren Einverständnis ein. Vergessen Sie auch nicht, den Bildnachweis (Bildnachweis (Namen der/des Fotograf:in) anzuführen und beachten Sie die Kennzeichnungspflicht zu KI-generierten Inhalten.

Sie können bis zu drei Videos zu Ihren Produkten oder Ihrer Dienstleistung einbinden. Auch hier gilt, wie schon im Bereich „Unternehmensdaten“: Die Videos müssen bereits auf YouTube oder Vimeo veröffentlicht sein, damit Sie sie einbetten können. Geben Sie dazu den Videotitel und den Link (YouTube oder Vimeo) an.

Unter „Produktkataloge“ haben Sie die Möglichkeit, Ihr Angebot weiter einzugrenzen.

Klicken Sie auf „Einstellungen speichern“, sobald Sie Ihren Angebotsbereich ausgefüllt haben.

***Der wichtigste Satz bei der Kontrolle lautet:
„Ihre Kund:innen müssen beim Lesen sofort verstehen,
was Sie bei Ihnen bekommen und was nicht.“***

5.6.1. Arbeitsblatt „Angebot“

Wichtige Keywords

Wonach suchen Ihre Kundinnen und Kunden?

Welche Probleme hat Ihre Zielgruppe und wie lösen Sie diese mit Ihrem Angebot?

Angebot 1:

Beschreibung:

Angebot 2:

Beschreibung:

Angebot 3:

Beschreibung:

5.6.2. Angebotstexte mit Hilfe von KI erstellen

- » Kopieren Sie den Text in der Box und fügen Sie ihn in ein KI-Programm wie Chat GPT, Google Gemini oder Ähnliches ein.
- » Füllen Sie die Platzhalter (*im Text kursiv*) mit individuellen Informationen zu Ihrem Unternehmen aus.
- » Das Programm erstellt Ihnen anschließend mehrere Textentwürfe.
- » Verändern oder übernehmen Sie den Entwurf für Ihr Angebot oder lassen Sie sich weitere Entwürfe ausarbeiten.
- » Im Kapitel 5.7. finden Sie Befehle zum Verfeinern.

Prompt für den Bereich „Produkt“

Bitte erstelle eine übersichtliche Auflistung meiner wichtigsten Produkte und Dienstleistungen, die ich in meinem Firmenprofil auf wko.at veröffentlichen kann.

Nenne dabei jede Leistung in einer prägnanten Überschrift und füge direkt darunter eine kurze, ansprechende Beschreibung hinzu.

Achte darauf, wichtige Keywords aus der Branche einzubinden, damit potenzielle Kundinnen und Kunden mich leichter finden. Keywords sind zum Beispiel:
[*bitte ausfüllen, wenn vorhanden*]

Verwende eine freundliche, professionelle Sie-Ansprache in den Beschreibungen, halte den Text leicht verständlich und verzichte auf übertriebene Werbesprache.

Meine Produkte/Dienstleistungen sind [*bitte ausfüllen*]

5.7. KI-Texte verfeinern: Tipps

Die angegebenen Prompts (Befehle) können Sie für jede beliebige Text-KI wie z. B. Chat GPT oder Google Gemini verwenden.

Bitte beachten Sie die Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte. Ergänzen Sie Prompts immer um Ihre individuellen Informationen und prüfen Sie die erstellten Texte, denn es kann passieren, dass die KI Informationen erfindet.

Geben Sie sich nicht mit der ersten Version zufrieden. Experimentieren Sie mit verschiedenen Prompts und verfeinern Sie Ihren Text immer weiter, bevor Sie ihn für Ihr Firmenprofil übernehmen. Es braucht wahrscheinlich mehrere Anläufe, bis Sie einen Text formuliert haben, der sich nach Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen anhört!

Prompts zum Verfeinern von KI-Texten

Stil/Tonalität anpassen

- » Bitte formuliere den Text professioneller, lockerer, freundlicher, ... und passe die Wortwahl entsprechend an.
- » Passe den Text so an, dass er vertrauensvoll und nahbar zugleich wirkt, ohne übertrieben locker zu sein.
- » Vermeide übertriebene Werbesprache, aber bleibe sympathisch und klar.
- » Verwende eine freundliche, professionelle Sie-Ansprache/Du-Ansprache im Text.

Betonung bestimmter Aspekte

- » Bitte hebe meine Spezialgebiete/Alleinstellungsmerkmale deutlicher hervor, damit sie im Text mehr Gewicht erhalten.
- » Stelle den Nutzen für meine Kundinnen und Kunden stärker in den Vordergrund und formuliere eine klare Botschaft.

Keywords einbinden

- » Integriere bitte folgende Keywords natürlich in den Text: *[Keywords einfügen]*. Achte darauf, dass sie nicht aufgesetzt wirken.
- » Baue relevante Keywords wie Branchenbegriffe und Standortinformationen natürlich in den Text ein.

Länge und Struktur des Textes

- » Fasse den Text in 4–6 Absätzen zusammen.
- » Struktur des Textes: „Gib mir einen fertigen Fließtext, den ich direkt auf [wko.at](https://www.wko.at) verwenden kann“

6. CHECKLISTE: EINTRAG IM FIRMEN A-Z

- ☐ **Zugang zum Benutzerkonto auf wko.at**
- ☐ **Kontaktdaten und Erreichbarkeit**
 - ☐ Telefonnummer
 - ☐ E-Mail-Adresse
 - ☐ Website (falls vorhanden)
 - ☐ Social-Media-Links (falls vorhanden)
- ☐ **Eintrag im Firmen A-Z** (ist öffentlich sichtbar)
- ☐ **Öffnungszeiten**
- ☐ **Bilder und Logo** (urheberrechtlich abgeklärt)
 - ☐ Urheberrecht berücksichtigt
 - ☐ Titelbild (1200 × 350 px, max. 4 MB)
 - ☐ Logo (idealerweise quadratisch)
 - ☐ Firmenbilder (bis zu 8 Stück)
 - ☐ Videos (z. B. Imagefilm, Vorstellung)
- ☐ **Zertifikate** (optional ergänzt)
- ☐ **Geschäftsbezeichnung**
 - ☐ aussagekräftig, branchenspezifisch, nicht irreführend
 - ☐ Optional: Firmenname oder Spezialisierung eingebaut
- ☐ **„Über uns“-Text**
 - ☐ Wer bin ich, wem helfe ich, was biete ich an?
 - ☐ relevante Keywords sind enthalten
 - ☐ Kundennutzen und Kontaktmöglichkeit sichtbar
- ☐ **Produkte und Dienstleistungen beschrieben**
 - ☐ Fokus auf 3–4 Hauptangebote
 - ☐ Klar formuliert, inklusive Keywords



SERVICE DER WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL

Brauchen Sie Hilfe beim Ausfüllen oder technische Unterstützung?

Das Rechtsservice der Wirtschaftskammer Tirol unterstützt Sie gerne:

T 05 90 905 - 1111 | E rechtsservice@wkttirol.at

