

Das Google-Profil des Vereins

Wie ein Luftsportverein seinen Eintrag bei Google Suche und Google Maps übernimmt, richtig einstellt und aktuell hält. Mit den Klickwegen, den passenden Kategorien für jede Sparte und Mustertexten zum Abschreiben.

HANDREICHUNG FÜR MITGLIEDSVEREINE

STAND 9. SEPTEMBER 2026

AEROCUB-NRW.DE

0 Bevor es losgeht

Vier Angaben, die vorab geklärt sein sollten. Sie ersparen die häufigsten Umwege.

FRAGE ANTWORT

Kosten Keine. Das Unternehmensprofil ist kostenlos und ohne Vertragsbindung.

Zeit Ersteinrichtung etwa ein Arbeitstag, verteilt über sechs bis acht Wochen — dazwischen liegen Wartezeiten auf Googles Bestätigung. Danach eine halbe Stunde im Monat.

Nötig Ein Smartphone. Eine Vereins-E-Mail-Adresse. Ein Schlüssel zur Halle oder zum Vereinsheim. Die Schreibweise des Vereinsnamens laut Register. Ein dauerhaft angebrachtes Schild mit dem Vereinsnamen — oder ein Ersatz dafür, siehe Abschnitt 11.

Wer Eine Person, die es dauerhaft macht. Vorkenntnisse sind nicht nötig.

In dieser Reihenfolge vorgehen: erst das Vereinskonto (Abschnitt 2), dann herausfinden, was schon da ist (3), dann übernehmen und bestätigen (4), dann Kategorie (5) und die übrigen Angaben (6), zuletzt Fotos (7) und Bewertungen (8). Wer den Eintrag mit einem privaten Google-Konto übernimmt, macht den teuersten Fehler dieser Handreichung — deshalb steht das Konto ganz vorn.

1 Was eine Stichprobe an elf NRW-Plätzen zeigt

Geprüft im September 2026 über Google Maps.

Sechs von elf Platzeinträgen hat niemand im Verein übernommen

Google zeigt dort noch die Zeile „Als Inhaber eintragen“. Zusammen tragen sie rund 1.200 Bewertungen, die niemand beantwortet.

Der Platzeintrag hängt den Vereinseintrag um Längen ab

An einem ostwestfälischen Platz stehen 318 Bewertungen am Platz und vier beim Verein daneben. Im Sauerland 57 zu vier. Das Verhältnis liegt zwischen fünf zu eins und achtzig zu eins.

Mindestens acht der geprüften Platz- und Vereinseinträge führen keine Öffnungszeiten

Wo welche stehen, sind es oft Vereinsabende. In einem Fall meldete Google für eine Segelfluggruppe „Geöffnet, schließt um 23:30 Uhr“.

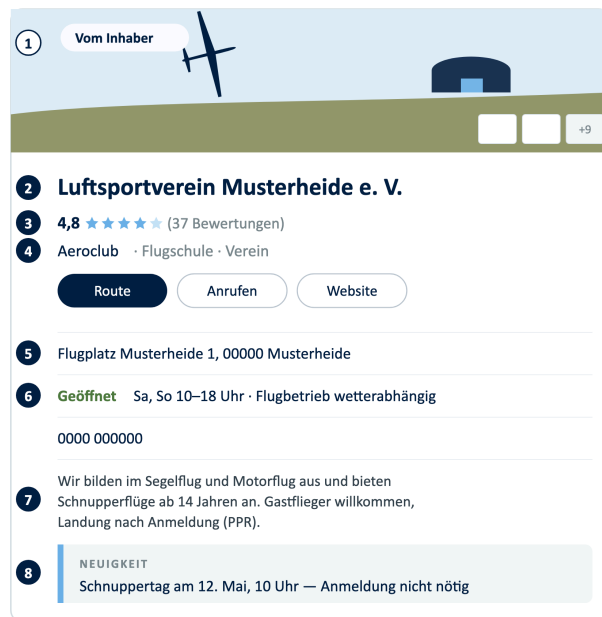
Fotos vom Inhaber gibt es an zwei von elf Plätzen

Wo nachgesehen wurde, stammte sonst jedes Bild von Besuchern.

Das Profil existiert ohnehin. Google legt es aus Kartendaten selbst an. **Die einzige Frage ist, ob der Verein es führt oder niemand.**

So sieht ein gepflegtes Profil aus

Schematisches Muster mit einem erfundenen Verein — keine echte Bildschirmansicht.



1 Eigene Fotos

Zufahrt, Start, Menschen. Das Kennzeichen „Vom Inhaber“ vergibt Google nur für eigene Bilder.
→ Abschnitt 7

2 Der Name

Exakt wie im Register. Ohne Sparte, Ort oder Platznamen dahinter.
→ Abschnitt 6

3 Bewertungen

37 statt vier — weil gefragt wird. Auf jede gehört eine Antwort.
→ Abschnitt 8

4 Hauptkategorie Aeroclub

Nicht „Verein“. Dazu wenige Zusätze.
→ Abschnitt 5

5 Adresse am Platz

Kartenpunkt an der Einfahrt, nicht auf der Piste. Nie die Privatanschrift.
→ Abschnitt 6, ohne Gelände 10

6 Öffnungszeiten mit Vorbehalt

Wochenende statt Bürozeiten — und der Hinweis auf den wetterabhängigen Betrieb.
→ Abschnitt 6 und 12

7 Beschreibung mit den Suchwörtern

„Schnupperflug“, „Ausbildung“, „Gastflieger“.
→ Abschnitt 16, zum Abschreiben

8 Eine Neuigkeit im Monat

Der nächste Termin, der ohnehin ansteht.
→ Abschnitt 9

Die Nummern verweisen auf die Abschnitte dieser Handreichung. Das Muster zeigt einen erfundenen Verein und ist keine Bildschirmansicht von Google.

KI-generierte Grafik

2 Schritt 1: Das Vereinskonto — zuerst

Der häufigste Totalverlust im Vereinsalltag: Das Profil hängt am privaten Google-Konto eines Vorstandsmitglieds, das aus dem Amt scheidet.

1 Ein Google-Konto auf eine Vereinsadresse anlegen

Etwa auf info@ des Vereins. Für alles Weitere ausschließlich dieses Konto verwenden, nie ein privates.

2 Zugangsdaten in einen Passwortmanager legen

Mindestens zwei Personen brauchen Zugriff. **Nicht ins Vorstandsprotokoll** — das wird verteilt, abgeheftet und weitergegeben.

3 Die Bestätigung in zwei Schritten auf zwei Nummern legen

Wichtiger noch als das Passwort ist die Frage, an welchem Gerät die Anmeldebestätigung hängt. Wer nur ein Handy hinterlegt, verliert das Konto mit diesem Handy.

4 Später zwei bis drei Aktive als Administrator eintragen

Google kennt zwei Rollen: Inhaber und Administrator. Administratoren dürfen fast alles, aber keine Nutzer verwalten und das Profil nicht löschen. Der Weg: Dreipunktmenü im Profil, dann „Einstellungen für das Unternehmensprofil“, dort der Bereich für den Nutzerzugriff, links oben „Hinzufügen“, E-Mail-Adresse eintragen, Rolle wählen, „Einladen“. Neu Eingetragene müssen sieben Tage warten, bis ihnen alle Funktionen offenstehen — bei einer Übergabe also rechtzeitig eintragen.

3 Schritt 2: Herausfinden, was schon da ist

Fast jeder Flugplatz steht längst bei Google. Ein zweites Profil neben einem bestehenden erzeugt eine Dublette und kostet später Arbeit.

1 Nach dem Vereinsnamen und nach dem Flugplatznamen suchen

In der Schreibweise laut Register, ohne Zusätze — und zusätzlich nach dem Platznamen. Häufig existiert der Platz als Eintrag, der Verein aber nicht, oder umgekehrt.

2 Die vollständige Anschrift in das Suchfeld von Google Maps eingeben

Maps listet dann links die Unternehmen auf, die unter dieser Anschrift eingetragen sind: Flugschule, Gastronomie, Modellflug, Fallschirm. Ein zweiter Weg führt über business.google.com/add — der Anlageassistent zeigt beim Eintippen der Adresse vorhandene Profile an, weil er auf Dubletten prüft.

3 Festlegen, welcher Eintrag der Hauptträger wird

In der Regel der mit den meisten Bewertungen und Fotos. Was mit den übrigen geschieht, steht in Abschnitt 15.

Der Verein ist Halter des Flugplatzes

- Platzeintrag und Vereinseintrag gehören beide dem Verein
- Besser einen starken Eintrag führen als zwei halbe
- Der Platzeintrag ist der, den alle sehen

Halter ist eine GmbH oder die Kommune

- Der Verein übernimmt nur seinen eigenen Vereinseintrag
- Der Platzeintrag gehört dem Halter — dort höchstens auf Pflege hinwirken
- Betrifft in NRW unter anderem Marl, Meschede, Bielefeld und Würselen

4 Schritt 3: Übernehmen und bestätigen

Ohne Bestätigung lässt sich nichts verbindlich ändern.

Den Eintrag übernehmen

Im Eintrag selbst steht die Schaltfläche „**Inhaberschaft für dieses Unternehmen geltend machen**“ — am Rechner unterhalb der Unternehmensinformationen, in der Maps-App im Reiter „Info“. Danach führt „Jetzt verwalten“ weiter. Ist bereits jemand anderes eingetragen, führt der Weg über

business.google.com/add: Name und Adresse eingeben, den Treffer auswählen, „Zugriff anfordern“, Formular ausfüllen, „Senden“. Der bisherige Inhaber hat **drei Tage Zeit zu antworten**. Meldet sich niemand, lässt sich der Anspruch über den Link in der Bestätigungsmail selbst erheben. Steht eine tote E-Mail-Adresse dahinter, sind mehrere Wochen einzuplanen.

Bestätigen lassen

Google legt fest, welche Verfahren zur Verfügung stehen — wählbar sind sie nicht. Möglich sind Telefon oder SMS, E-Mail, Postkarte, ein Live-Videoanruf und die Videoaufzeichnung. **Der Regelfall ist 2026 die Videoaufzeichnung**. Sie heißt bei Google „Geschäftsvideo“, läuft über „Bestätigungsprozess“ im Profil und muss auf einem Mobilgerät aufgenommen werden, mit den Schaltflächen „Aufzeichnung starten“ und „Aufzeichnung beenden“. Der Zeitpunkt ist frei wählbar. Vorab produzierte Videos lehnt Google ab. Die Prüfung dauert bis zu fünf Werktagen. Eine Postkarte ist binnen zwei Wochen da, der Code darauf ist 30 Tage gültig.

Der Gang über den Platz

Mindestens 30 Sekunden, in einem Zug und ohne Schnitt. Ein Ablauf, der funktioniert: an der Zufahrt beginnen und das Straßenschild einfangen, weiter zum Hallentor oder Vereinsheim mit dem Vereinsnamen darauf, dann aufschließen und hineingehen. Damit sind alle drei Punkte belegt — Standort, Name auf einem fest angebrachten Element und Verfügungsgewalt über den Ort. Wer keine Halle und kein Schild hat, findet den zweiten Weg in Abschnitt 11.

Ein Schild, das im Video nicht lesbar ist, führt regelmäßig zur Ablehnung. Nach einer Ablehnung erscheint der Hinweis „Probleme ansehen“; ein neues Video oder ein anderes Verfahren ist möglich. **Wie oft man wiederholen darf und ob es einen Einspruch gibt, sagt Google nicht** — dann hilft nur der Google-Support.

Zwei Termine in einem: Die Fotos aus Abschnitt 7 gleich bei diesem Gang mitmachen. Sonst kostet es eine zweite Fahrt.

5 Schritt 4: Die Hauptkategorie

Sie entscheidet, bei welchen Suchen der Verein überhaupt auftaucht. Google nennt sie Primärkategorie; dazu kommen wenige Zusatzkategorien.

Google kennt eine eigene Kategorie **Aeroclub**. Für den Segelflug ist sie die richtige Hauptkategorie; bei den übrigen Sparten gehört sie meist unter die Zusatzkategorien. Zwei Kategorien, die viele suchen, existieren nicht: Segelflugplatz und Modellflugplatz gibt es bei Google nicht.

Der häufigste Fehler ist die zu allgemeine Wahl. Bei den geprüften Suchanfragen zum Segel-, Motor- und Ultraleichtflug führten „Verein“, „Sportverein“ und „Vereinigung / Organisation“ zu keinem Treffer. Sie beschreiben die Rechtsform, nicht das Angebot.

SPARTE	HAUPTKATEGORIE	ZUSATZ	WONACH GESUCHT WIRD
Segelflug	Aeroclub	Verein, Flugschule	Segelfliegen lernen, Segelflug + Ort
Motorflug	Flug- und Landeplatz	Aeroclub, Flugschule	Flugplatz + Ort, Rundflug
Ultraleicht	Flugschule	Aeroclub, Flug- und Landeplatz	UL fliegen lernen, Ultraleicht + Ort
Mehrere Sparten	Aeroclub	die Sparten als Zusatz	der Vereinsname, Fliegen lernen
Modellflug	Modellbauverein	Verein	Modellflugplatz in der Nähe, RC-Flugplatz + Ort, wo darf ich meine Drohne fliegen
Ballon	Ballonfahrtenanbieter	Flugschule	Ballonfahrt + Region, Ballonfahrt verschenken
Fallschirm	Fallschirmsprungzentrum	Verein, Flugschule	Fallschirmspringen + Region, Tandemsprung
Hängegleiten	Flugschule	Verein, Flug- und Landeplatz	Gleitschirmfliegen lernen + Region
Platzeintrag	Flug- und Landeplatz	je nach Angebot	der Platzname

Nicht „Flughafen“ oder „Regionaler Flughafen“ wählen. Für einen Sonderlandeplatz ist das zu groß gegriffen und zieht Reisesuchanfragen an. Beim Modellflug taugt „Sportplatz“ nicht als Zusatz — wer danach sucht, sucht einen Fußballplatz.

Wo es für eine Sparte keine passende Kategorie gibt, muss der Suchbegriff über den Namen und die Beschreibung hereinkommen. Die rechte Spalte der Tabelle nennt die Wörter, die dafür in die Beschreibung gehören. Ein Wechsel der Hauptkategorie kann eine erneute Bestätigung des Profils auslösen — also nicht versuchsweise hin- und herschalten.

6 Schritt 5: Die übrigen Angaben

Alle Wege beginnen mit „Profil bearbeiten“.

Name PFLICHT	Exakt der Vereinsname wie im Register und am Hallentor. Keine Sparte, kein Ort, kein Platzname dahinter. Solche Anhänge verstoßen gegen die Richtlinien und sind der häufigste Sperrgrund; die Stichprobe enthielt fünf solcher Einträge.
Adresse PFLICHT	Die Anschrift am Platz. Nie die Privatanzeige eines Vorstandsmitglieds — sonst zeigt Google später ein Wohnhaus. Wer kein eigenes Gelände hat: Abschnitt 10.
Kartenpunkt	An Einfahrt, Tor oder Besucherparkplatz ziehen, nicht in die Mitte der Piste. Weg: „Profil bearbeiten“ → „Standort“ → Stift neben „Unternehmensstandort“ → „Anpassen“ → Kartenausschnitt schieben → „Fertig“ → „Speichern“.
Öffnungszeiten PFLICHT	Die Zeiten, zu denen wirklich jemand am Platz ist — bei den meisten Vereinen Wochenende und Feiertage, nicht Montag bis Freitag. Wer keinen festen Betrieb hat: Abschnitt 12.
Spezielle Öffnungszeiten	Für Winterpause, Fluglager und Feiertage. Weg: „Profil bearbeiten“ → „Öffnungszeiten“ → neben „Spezielle Öffnungszeiten“ auf „Bearbeiten“ → „Datum hinzufügen“ → Zeit eintragen oder Häkchen bei „Geschlossen“ → „Speichern“. Höchstens sechs aufeinanderfolgende Tage. Google empfiehlt, Feiertage auch dann zu bestätigen, wenn sich nichts ändert.
Telefon	Vereinsnummer oder eine Weiterleitung, die beim Vorstandswechsel nur umgeroutet wird. Keine Privatnummer.
Website	Die Vereinsseite, mit Impressum und Datenschutzerklärung.
Beschreibung	Sparten ausschreiben und dazu, was Gäste erwartet. Die Wörter aus der rechten Tabellenspalte in Abschnitt 5 gehören hier hinein. Fertige Mustertexte zum Abschreiben stehen in Abschnitt 18.
Attribute	Ausstattungsmerkmale wie Parkplatz oder Barrierefreiheit. Weg: „Profil bearbeiten“ → „Mehr“ → neben der Kategorie auf „Bearbeiten“ → „Speichern“. Prüfung meist zehn Minuten.

Bei „Segelfliegen lernen NRW“ sind fünf von sechs Treffern Vereine — dort behaupten sich Luftsportvereine gut. Bei „Schnupperflug NRW“ steht nur noch ein einziger Verein zwischen gewerblichen Flugschulen. **Genau dieses Wort gehört deshalb in die Beschreibung.**

7 Schritt 6: Fotos

Das Material liegt in jedem Verein bereits vor — nur verstreut.

Ein Profil zeigt **immer** ein Bild. Google beschreibt selbst, woher die Inhalte stammen: neben den Angaben des Inhabers auch Fotos und Bewertungen von Nutzern, lizenzierte Daten von Drittanbietern und von Google automatisch ausgelesene Webseiten. Wer nichts hochlädt, überlässt die Auswahl also Besucherfotos und dem Straßenbild.

Selbst ein gewähltes Titelbild ist nicht gesetzt. Hält Google es für qualitativ schwach, zeigt es stattdessen ein von Nutzern hochgeladenes Bild. Und fremde Fotos lassen sich nicht auf Zuruf entfernen — Google prüft nur bei einem Richtlinienverstoß, etwa wenn ein Bild gar nicht diesen Ort zeigt. Persönliches Missfallen genügt nicht.

Das Profil zeigt in jedem Fall ein Bild. **Die einzige Frage ist, ob der Verein es aussucht oder Google.**

Google begründet das Außenfoto damit, dass Gäste den Ort schneller finden, wenn sie in der Nähe sind, und das Logo damit, dass Kunden das Unternehmen leichter wiedererkennen. Fotos und Videos zeigen, was ein Betrieb anbietet. **Google behauptet nicht, dass Fotos die Platzierung verbessern** — und die im Netz kursierenden Prozentzahlen zur Wirkung von Fotos haben keine Quelle. Der Nutzen liegt darin, gefunden und wiedererkannt zu werden.



Die Zufahrt

So, wie ein Gast sie von der Straße aus sieht. Das Bild, das dem Verein die Anfahrtsfragen erspart — und das garantiert noch niemand gemacht hat.

KI-generiertes Symbolbild



Menschen am Platz

Von hinten und aus Distanz aufgenommen: Dann stellt sich die Einwilligungsfrage gar nicht erst.

KI-generiertes Symbolbild

Die fünf Bilder, mit denen ein Verein anfängt

Drei reichen für den Anfang.

1 Die Zufahrt

Das Tor oder die Einfahrt so, wie ein Gast sie von der Straße aus sieht. Das wichtigste Bild, weil es dem Verein die Anfahrtsfragen erspart. Dieses Bild hat garantiert noch niemand — beim Gang für das Bestätigungsvideo mitmachen.

2 Der Platz von oben oder vom Rand

Ein Bild, das zeigt, worum es geht.

3 Ein Start

Windenstart, Schleppstart, Absetzflugzeug, das Aufrüsten des Ballons im Morgenlicht, ein Modell mit drei Metern Spannweite auf der Bahn — was am Platz eben stattfindet.

4 Menschen

Vereinsheim, Terrasse, Werkstatt, Briefing — auch wenn das Briefing im Kreis um eine Motorhaube stattfindet. Wer über eine Mitgliedschaft nachdenkt, sucht Anschluss, nicht Technik.

5 Das Logo

Es erscheint erst, wenn Name, Adresse, Kategorien, Telefon und Öffnungszeiten vollständig sind.

So kommen die Bilder zusammen

In der WhatsApp-Gruppe als Datei anfordern

Wer ein Bild als Foto verschickt, schickt eine verkleinerte Kopie. Über die Büroklammer als Dokument senden lassen. Der fertige Aufruf zum Kopieren steht in Abschnitt 20.

Dateigröße prüfen

Google nimmt 10 KB bis 5 MB, JPG oder PNG, mindestens 250×250 und empfohlen 720×720 Pixel. Aktuelle Handysfotos liegen oft über 5 MB und müssen verkleinert werden — auf dem iPhone beim Teilen unter „Optionen“, am Windows-Rechner in der Fotos-App über „Größe ändern“.

Erkennbare Personen brauchen eine Einwilligung

Am unkompliziertesten sind Bilder, auf denen niemand einzeln erkennbar ist: Gruppen von hinten, Menschen in Bewegung, Aufnahmen aus Distanz. Dann entfällt die Frage. Ist jemand erkennbar, vorher fragen — bei Minderjährigen die Sorgeberechtigten.

Mit dem Vereinsfotografen klären

Bei Google steht kein Bildnachweis, und das lässt sich nicht ändern. Wer die guten Luftaufnahmen gemacht hat, sollte das vorher wissen.

Ein Titelbild wirkt im Querformat am besten, mit dem Motiv in der oberen Bildhälfte und ruhigem Hintergrund (Praxisempfehlung, keine Google-Vorgabe). Profilvideos dürfen höchstens 30 Sekunden lang sein, bis 75 MB, mindestens 720p — nicht zu verwechseln mit dem Bestätigungsvideo aus Abschnitt 4, das mindestens 30 Sekunden dauern muss. Keine Stockfotos.

8 Schritt 7: Bewertungen

Der Vereinseintrag hat meist eine Handvoll. Das ist kein Naturgesetz, sondern eine Frage des Fragens.

Gastflieger, Eltern nach dem Schnupperflug, Teilnehmer eines Fluglagers, Besucher am Flugtag. Wie stark das trägt, zeigen die Fallschirmsprungzentren im Land: Sie kommen auf mehrere hundert Bewertungen — dort gehört das Fragen zum Ablauf.

Den Link dafür liefert Google selbst: im Profil auf der Kachel „Mehr Rezensionen erhalten“ auf „Profil teilen“ — es erscheint ein Kurzlink in der Form g.page/r/.../review. Einen fertigen QR-Code oder Aushang stellt Google seit der Abschaltung des Marketing Kit nicht mehr bereit; der QR-Code muss extern erzeugt werden. Ein Aushang damit im Vereinsheim ist das Werkzeug, mit dem die Sprungzentren auf ihre Zahlen kommen.

Auf jede Bewertung gehört eine Antwort, auf die guten ein Dank, auf die kritischen eine sachliche Erwiderung. Bausteine dafür stehen in Abschnitt 19.

Eine Löschung kommt in Betracht bei unwahren Tatsachenbehauptungen, Schmähkritik oder fehlendem Kontakt zum Verein. Ein konkret begründetes Bestreiten löst bei Google eine Prüfpflicht aus — eine Löschung ist damit nicht garantiert. Der Weg: „Rezensionen lesen“ → neben der Bewertung „Melden“ → Grund wählen → „Bericht senden“. Status und Widerspruch laufen über das „Tool zum Verwalten von Bewertungen“. Erst danach lohnt der Anwalt.

9 Die halbe Stunde im Monat

Auch bei bestätigten Profilen übernimmt Google Änderungsvorschläge Dritter. Abschalten lässt sich das nicht — nachsehen schon.

- ☐ Öffnungszeiten stimmen; Winterpause, Fluglager und Feiertage sind hinterlegt
- ☐ Telefonnummer und Website führen dorthin, wo jemand antwortet
- ☐ Der Kartenpunkt sitzt noch an der Einfahrt
- ☐ Google hat keine fremde Änderung übernommen — Benachrichtigungen prüfen
- ☐ Das Titelbild ist noch das eigene und wurde nicht durch ein Besucherfoto ersetzt
- ☐ Neue Bewertungen sind beantwortet
- ☐ Ein aktuelles Foto vom Flugbetrieb ist hinzugekommen
- ☐ Eine Neuigkeit für den nächsten Termin steht
- ☐ Ein Blick in „Leistung“

Google nennt Neuigkeiten **Beiträge**. Es gibt sie als Aktuelles, Angebot und Veranstaltung. Ohne angegebenen Zeitraum archiviert Google sie nach sechs Monaten. Geeignet ist, was ohnehin ansteht: Schnuppertag, Tag der offenen Tür, Flugtag, Modellflugtag, Ballonstart, Lehrgang. Einmal im Monat genügt.

„**Leistung**“ ist der Bereich mit der Statistik: wie oft der Eintrag in Suche und Maps erschienen ist, über welche Suchbegriffe, wie viele angerufen, eine Wegbeschreibung angefragt oder die Website geöffnet haben. Am Rechner im Profil auf „Leistung“, Zeitraum wählen, „Übernehmen“. In der Maps-App unten rechts auf „Unternehmen“, dann bei Leistung auf „Mehr anzeigen“. Nur für bestätigte Profile.

10 Vereine ohne eigenes Gelände

Für Ballonsportgruppen, Modellflugvereine ohne Hausnummer, Gleitschirmgruppen — überall dort, wo die Vereinsanschrift die Privatadresse des Schatzmeisters ist.

Google kennt dafür eine eigene Betriebsart: Die Adresse wird bei der Anmeldung angegeben, im Profil aber ausgeblendet, und stattdessen erscheint ein **Einzugsgebiet**. Weg: „Profil bearbeiten“ → „Standort“ → neben „Einzugsgebiet“ auf „Bearbeiten“. Eintragen lassen sich bis zu 20 Gebiete nach Ort, Postleitzahl oder Region; ein Radius ist nicht möglich. Das Gesamtgebiet soll höchstens rund zwei Autostunden umfassen. Änderungen brauchen bis zu 48 Stunden.

Damit ist die Privatanschrift aus dem Profil heraus, ohne dass der Verein unsichtbar wird. Wer Gäste am Standort empfängt, führt beides — Adresse und Gebiet. Wer keinen festen Ort hat, lässt die Adresse weg. Kartenpunkt und Wegbeschreibung entfallen dann; für eine Ballonsportgruppe, die den Treffpunkt ohnehin je nach Wind am Morgen festlegt, ist das die richtige Einstellung und kein Verlust.

11 Bestätigung ohne Halle und ohne Schild

Ein Bauwagen, ein Container, ein Anhänger — auch damit lässt sich der Nachweis führen.

Bei Vereinen ohne feste Betriebsstätte fragt Google im Video nach anderen Dingen als nach einem Hallentor: nach Orientierungspunkten der Umgebung, nach den Betriebsmitteln und nach Geschäftsunterlagen. Ein Hallenschild ist also **nicht** in jedem Fall Voraussetzung.

Was sich zeigen lässt: ein beschrifteter Container, Bauwagen oder Anhänger mit dem Vereinsnamen. Ein Vereinsbanner am Startplatz. Die Ballonhülle mit dem Vereinsnamen beim Aufrüsten — ein aufgerüsteter Ballon ist ein besserer Identitätsnachweis als jedes Tor. Dazu Unterlagen: Registerauszug, Versicherungsnachweis, Rechnungen, das Fahrtenbuch.

Wer ein Schild anbringen will, klärt vorher zwei Dinge: die Zustimmung des Verpächters und ob im Außenbereich eine Genehmigung nötig ist. **Ein weithin sichtbares Vereinsschild kann in einer angespannten Nachbarschaft auch das Gegenteil bewirken.**

12 Öffnungszeiten ohne festen Betrieb

Wetter, Sonnenstand und Wind halten sich nicht an Ladenöffnungszeiten.

Drei Fälle, drei Antworten. **Wer wetter- oder sonnenstandsabhängig fliegt** und jeden dritten Termin absagt, trägt besser gar keine Öffnungszeiten ein als falsche — oder hinterlegt die Zeiten, zu denen jemand ans Telefon geht, statt der Flugzeiten. Falsche Angaben wirken schlechter als fehlende.

Wer feste Betriebszeiten aus einer Erlaubnis hat, wie die Modellflugvereine, trägt diese Zeiten ein und geht nie darüber hinaus. Was im Profil steht, kann vorgehalten werden. Steht dort „geöffnet bis 21 Uhr“ und die Erlaubnis endet um 20 Uhr, hat sich der Verein selbst ein Beweismittel gebaut.

Wer Besuch nur nach Absprache will, schreibt das in die Beschreibung: Landung nur nach vorheriger Anmeldung — im Luftsport als PPR bekannt — und Besuch bitte vorher telefonisch abstimmen. Eine eingetragene Öffnungszeit ist keine Zusage, dass jemand da ist. Eng gefasste Zeiten mit diesem Hinweis beenden die Diskussion im Vorstand in zwei Minuten.

13 Wenn der Verein Geld nimmt

Passagierfahrten, Rundflüge, Tandemsprünge, Gutscheine — dann steht der Verein im Suchergebnis neben gewerblichen Anbietern.

Google hat dafür eigene Felder. Über „**Dienstleistungen bearbeiten**“ lassen sich Leistungen anlegen und mit Preis und Beschreibung versehen; ein Buchungs- oder Terminlink kommt getrennt über „Profil bearbeiten“ → „Buchung“ → „Link hinzufügen“ hinein. Welche Kategorien diese Felder anbieten, sagt Google nicht abschließend — es lohnt der Blick ins eigene Profil.

Zwei Dinge gehören dazu. **Erstens die Wetterabhängigkeit sichtbar in die Beschreibung**, nicht nur ins Kleingedruckte des Gutscheins. Der häufigste Anlass für eine schlechte Bewertung ist bei Ballon und Fallschirm nicht die Fahrt, sondern die Absage. Erwartungsmanagement vorher wirkt besser als jede Antwort hinterher. **Zweitens dürfen Bewertungen nicht erkaufte werden** — keine Rabatte, keine Gutscheine, keine Verlosung dafür. Das verstößt gegen Googles Richtlinien und kann das Profil kosten.

Wer entgeltliche Leistungen mit Preisen ins Profil stellt, sollte außerdem wissen, wie sich das zum steuerlichen Zweckbetrieb verhält, und die Darstellung mit Satzung und Steuerberatung abstimmen.

14 „Und wenn die Nachbarn uns wegen Lärm einen Stern geben?“

Die Frage kommt in jeder Vorstandssitzung. Sie beruht auf einem Irrtum.

Der Eintrag existiert bereits, und bewerten kann ihn jeder — heute schon, ohne dass der Verein etwas tut. Die Übernahme ändert daran nichts. Sie ändert nur eines: **Ab dann kann der Verein antworten**. Wer nichts übernimmt, hat die Bewertung trotzdem, nur ohne Antwort darunter.

Eine Lärmbeschwerde aus der Nachbarschaft lässt sich in aller Regel nicht löschen. Der Nachbar hatte Kontakt zum Verein, nur eben nicht als Gast. Eine sachliche öffentliche Antwort — genehmigte Betriebszeiten, Platzrunde, ein Ansprechpartner mit Telefonnummer — ist deshalb der einzige wirksame Umgang. Sie richtet sich nicht an den Bewerter, sondern an alle, die mitlesen.

In einer angespannten Nachbarschaft ist ein gepflegtes Profil die bessere Wahl: genehmigte Flugzeiten, Lärmschutzregeln und eine erreichbare Nummer im Eintrag. **Wer eine Nummer hat, ruft eher an, als dass er beim Ordnungsamt Anzeige erstattet**. Und der Kartenpunkt gehört so gesetzt, dass die Anfahrt nicht durch die Wohnstraße führt.

15 Dubletten, verlorener Zugang, abgeschaltete Funktionen

Zwei Einträge für dieselbe Sache

Einen fremden Doppeleintrag meldet man in Google Maps über „Änderung vorschlagen“ zur Zusammenführung. Einen selbst angelegten löscht man im eigenen Konto über den Abschnitt „Unternehmensprofil aus Ihrem Google-Konto entfernen“ — das ist unwiderruflich, alle Inhalte gehen verloren. Deshalb vorher festlegen, welcher Eintrag der Hauptträger bleibt. Wer mehrere Profile verwaltet, kann die Ansicht auf „Duplikat“ filtern. Mehrere eigenständige Vereine an einer Anschrift sind dagegen kein Fehler — sie brauchen nur klar unterschiedliche Namen, unterschiedliche Hauptkategorien und möglichst eigene Nummern und Websites.

Was es nicht mehr gibt

Drei Funktionen stehen in fast jedem Ratgeber im Netz und sind abgeschaltet: Google hat den öffentlichen Frage-und-Antwort-Bereich Ende 2025 entfernt, die Nachrichtenfunktion samt Anrufverlauf im Juli 2024 und den eigenen Website-Baukasten im März 2024. Typische Fragen — Landung nach Anmeldung, Platzrunde, Gastflieger, Preise — gehören deshalb in die Beschreibung und auf die Vereinswebsite.

Google für Non-Profits

Ein eigenes Thema, unabhängig vom Unternehmensprofil. Antragsberechtigt sind eingetragene Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Gesellschaften; Sportvereine sind nicht ausgeschlossen. Die Prüfung läuft heute über den Google-Partner **Goodstack** — der frühere Weg über Stifter-helfen steht in vielen Ratgebern noch, ist aber überholt. Praktischer Nutzen für den Verein: **Google Workspace für Non-Profits** liefert die Vereinsadresse für das Konto aus Abschnitt 2. Google Ad Grants mit 10.000 US-Dollar Anzeigenbudget im Monat verlangt eine eigene Website mit gültigem Zertifikat und laufende Betreuung, sonst pausiert Google das Konto — und wer bezahlte Fahrten oder Flüge bewirbt, stößt dort an Grenzen.

16 Zum Abschreiben: die Beschreibung

Eckige Klammern ersetzen, fertig. Die ersten Sätze sind ohne Aufklappen sichtbar — dort gehört das Wichtigste hin.

Segelflug oder gemischter Verein. Der [Vereinsname] fliegt seit [Jahr] am Flugplatz [Ort]. Wir bilden im Segelflug und im Motorflug aus und bieten **Schnupperflüge** ab [Alter] an — der einfachste Weg, das Fliegen einmal auszuprobieren. Gastflieger sind willkommen, Landung nach vorheriger Anmeldung (PPR) unter [Telefon]. Flugbetrieb an Wochenenden und Feiertagen ab [Uhrzeit], wetterabhängig. Wer sich für eine Mitgliedschaft interessiert, kommt am besten samstags vorbei oder schreibt an [E-Mail].

Modellflug. Der [Vereinsname] betreibt das Modellfluggelände [Ort]. Wir fliegen **RC-Modellflug** — Segelflugmodelle, Elektroflug, Motorflug — und schulen Anfänger am Lehrer-Schüler-Kabel. Wer ein Modell oder eine Drohne fliegen möchte: Auf unserem Gelände gilt eine Aufstiegserlaubnis, Gastflieger mit gültiger Versicherung sind nach Absprache willkommen. Flugzeiten [Zeiten] nach genehmigten Betriebszeiten. Kontakt [Telefon] und [E-Mail].

Ballon. Die [Vereinsname] fährt Heißluftballon im [Region]. Wir nehmen **Passagiere** mit — auch als Gutschein zum Verschenken — und bilden Ballonführer aus. Gefahren wird in den Stunden nach Sonnenaufgang und vor Sonnenuntergang, ausschließlich bei passendem Wetter; Termine werden am Vortag abgestimmt und können kurzfristig verschoben werden. Anfragen unter [Telefon] und [E-Mail].

17 Zum Abschreiben: Bewertungen

Bitte um eine Bewertung, per Mail nach dem Schnupperflug oder als Aushang mit QR-Code im Vereinsheim: „Hat der Tag bei uns gefallen? Über ein paar Zeilen bei Google freuen wir uns — das hilft anderen, die zum ersten Mal ans Fliegen denken, uns zu finden.“

Antwort auf Lob: „Vielen Dank — das geben wir gern an die Ehrenamtlichen weiter, die den Tag möglich gemacht haben. Gern wieder vorbeikommen.“

Antwort auf eine Lärmbeschwerde: „Danke für die Rückmeldung. Wir fliegen nach den genehmigten Betriebszeiten und halten die festgelegte Platzrunde ein. Beschwerden besprechen wir im Verein. Für eine konkrete Rückmeldung — wann und wo es war — ist [Ansprechpartner] unter [Telefon] erreichbar.“

Antwort auf eine Beschwerde über eine abgesagte Fahrt: „Das tut uns leid, die Absage war eine Sicherheitsentscheidung — bei diesem Wind wäre kein sicherer Start möglich gewesen. Der Gutschein bleibt gültig, und wir melden uns für einen neuen Termin. Bei Rückfragen [Telefon].“

18 Zum Abschreiben: der Aufruf in der WhatsApp-Gruppe

„Wir richten unseren Google-Eintrag ein und brauchen dafür ein paar gute Fotos. Gesucht: die Zufahrt oder das Tor von der Straße aus, der Platz von oben, ein Start, das Vereinsheim mit Leuten. Wichtig: Bitte über die Büroklammer als **Dokument** schicken, nicht als Foto — sonst kommen die Bilder verkleinert an und sind unbrauchbar. Wenn Menschen erkennbar drauf sind, bitte kurz Bescheid geben, ob das in Ordnung ist. Bis [Datum] an [Name].“

19 Für die Vorstandssitzung

Vier Punkte zum Vorlesen und Beschließen. Danach kann die Arbeit beginnen.

- ☐ Der Verein legt ein Google-Konto auf [info@verein.de] an. Die Zugangsdaten liegen im Passwortmanager, Zugriff haben [zwei Namen].
- ☐ Inhaber des Profils ist das Vereinskonto. Als Administrator werden [zwei bis drei Namen] eingetragen.
- ☐ Der Verein übernimmt [nur den Vereinseintrag / auch den Platzeintrag].
- ☐ [Name] beantwortet positive Bewertungen selbständig und stimmt kritische mit einem Vorstandsmitglied ab, Antwort binnen einer Woche.

FRAGE	ANTWORT FÜR DIE SITZUNG
Kosten	Keine. Nur Arbeitszeit. Ist kein Vereinsschild vorhanden, kommt ein Schild dazu.
Aufwand	Einmalig etwa ein Arbeitstag über sechs bis acht Wochen, danach eine halbe Stunde im Monat.
Risiko	Bewertungen sind heute schon möglich. Ohne Übernahme stehen sie nur unbeantwortet da.
Wenn nichts geschieht	Fremde Änderungsvorschläge, veraltete Nummern und Besucherfotos bleiben, ohne dass der Verein es merkt.

20 Tragt Eure Veranstaltungen bei uns ein

Wettbewerbe, Flugtage, Schnuppertage, Lehrgänge: Der Verbandskalender auf aeroclub-nrw.de ist für viele der erste Blick auf das, was im Land läuft. Jeder Termin dort wird auch außerhalb des eigenen Vereins gesehen — und derselbe Termin taugt zugleich als Beitrag im eigenen Google-Profil.

Eintragen unter aeroclub-nrw.de/termin

Dirk Rellecke

AEROCLUB | NRW, Kommunikation

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

rellecke@aeroclub-nrw.de

0203 77844-52

Bei Fragen zum Google-Profil, zur Kategorie, zur Bestätigung oder zu einer Bewertung, die Ärger macht — lieber einmal anrufen als drei Abende suchen.

Autor: Dirk Rellecke, AEROCLUB | NRW, Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit · rellecke@aeroclub-nrw.de · 0203 77844-52. Diese Handreichung ersetzt keine Rechtsberatung; die Hinweise zu Fotos, Bewertungen und Gemeinnützigkeit geben den Stand der Praxis wieder.

Grundlage. Stichprobe über Google Maps an elf Flugplätzen in Nordrhein-Westfalen, September 2026. Google-Unternehmensprofil-Hilfe: Berechtigung und Richtlinien, Bestätigung und Geschäftsvideo, Kategorien, Standort und Einzugsgebiet, Öffnungszeiten, Attribute, Fotos und Videos, Quellen der Profilinhalte, Rezensionen melden, Nutzer und Zugriff, Inhaberwechsel, Leistungsdaten, Dienstleistungen und Buchungslinks, doppelte Einträge · Google-Entwicklerdokumentation zur Abschaltung der Frage-und-Antwort-Schnittstelle · Google für Non-Profits · Sterling Sky zum Titelbild.

Stand 9. September 2026 · Grafiken KI-generiert

AEROCLUB | NRW E.V.

Friedrich-Alfred-Allee 25
47055 Duisburg
Landesverband NRW des DAeC e. V.

Kommunikation

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Dirk Rellecke
rellecke@aeroclub-nrw.de
0203 77844-52

Geschäftsstelle

T (0203) 7 78 44 – 12
info@aeroclub-nrw.de

Im Netz

aeroclub-nrw.de
Instagram @aeroclubnrw
Facebook aeroclub.nrw