

KOSTENLOSER PRAXISGUIDE

# Dein WhatsApp-Unternehmensprofil aus Kundensicht

Ein kompakter Selbstcheck für dein bestehendes Profil in der WhatsApp Business App.

## WER

Wer steckt dahinter?

## WAS

Was bekomme ich hier?

## WIE

Wie frage ich an?

Am Ende hast du einen eigenen Beschreibungstext und eine konkrete Verbesserung für dein Profil.

5 PRÜFPUNKTE / TEXTVORLAGE / ARBEITSBOGEN

Ausgabe 10.10.2026

## DER ERSTE EINDRUCK

# Fünf Punkte aus Kundensicht

Öffne dein Profil von einem anderen WhatsApp-Konto aus oder bitte eine vertraute Person, es auf ihrem Handy anzusehen. Nutze dafür eine bestehende Unterhaltung mit deinem Unternehmen.

**Der kurze Test:** Lass die Person zuerst ohne Erklärung schauen. Frage dann: „Was biete ich an und wie würdest du mich kontaktieren?“ Notiere, wo sie stockt. Falls du allein prüfst, beginne mit denselben Fragen.

ANHAKEN, WENN ES FÜR DEIN PROFIL ZUTRIFFT

- 
- |                                                                                                                                                                                |                                               |                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------|
| 01                                                                                                                                                                             | <b>Bild und Name passen zusammen</b>          | <input type="checkbox"/> |
| <div>Man erkennt dein Unternehmen auch am kleinen Profilbild. Ein Logo oder ein passendes Foto ist klarer als eine Grafik mit winziger Schrift.</div>                          |                                               |                          |
| <hr/>                                                                                                                                                                          |                                               |                          |
| 02                                                                                                                                                                             | <b>Das Angebot wird konkret</b>               | <input type="checkbox"/> |
| <div>Die Beschreibung sagt, was du anbietest und für wen oder wo. Allgemeine Wörter wie „Qualität“ ersetzen diese Information nicht.</div>                                     |                                               |                          |
| <hr/>                                                                                                                                                                          |                                               |                          |
| 03                                                                                                                                                                             | <b>Die Zeiten schaffen Orientierung</b>       | <input type="checkbox"/> |
| <div>Die angezeigten Geschäftszeiten stimmen. Wenn du nur mit Terminen arbeitest, wird das verständlich. Geschäftszeiten sind keine Zusage für sofortige Chat-Antworten.</div> |                                               |                          |
| <hr/>                                                                                                                                                                          |                                               |                          |
| 04                                                                                                                                                                             | <b>Der Kontaktweg funktioniert</b>            | <input type="checkbox"/> |
| <div>Die geschäftlichen Kontaktangaben stimmen. Öffne hinterlegte Website-Links selbst und prüfe, ob sie zum richtigen Ziel führen.</div>                                      |                                               |                          |
| <hr/>                                                                                                                                                                          |                                               |                          |
| 05                                                                                                                                                                             | <b>Sichtbare Angaben sind bewusst gewählt</b> | <input type="checkbox"/> |
| <div>Prüfe die angezeigte Telefonnummer und Anschrift. Stehen dort versehentlich private Angaben oder ein Ort, an dem du keine Kundschaft empfangst?</div>                     |                                               |                          |
- 

**Wähle eine Lücke:** Was erschwert einer neuen Person die nächste Anfrage am meisten? Genau diesen Punkt bearbeitest du auf Seite 6.

## EIN KONKRETES BEISPIEL

# Aus allgemein wird klar

Das fiktive „Atelier Fadenklar“ ändert und repariert Kleidung in Köln. Vergleiche die Texte und Angaben. Die Darstellung zeigt keine WhatsApp-Oberfläche.

FIKTIVES BEISPIEL / VORHER

FIKTIVES BEISPIEL / NACHHER

**Beschreibung**

„Herzlich willkommen! Wir stehen für Qualität, Service und zufriedene Kunden. Bei Fragen einfach melden.“

**Profilbild**

Ein Werbeflyer mit vielen kleinen Textzeilen.

**Geschäftszeiten**

Keine Orientierung zur Terminvergabe.

**Beschreibung**

„Änderungen und Reparaturen von Alltagskleidung in Köln. Wir kürzen Hosen, passen Kleidungsstücke an und ersetzen Reißverschlüsse. Schreib uns, welches Kleidungsstück du ändern lassen möchtest. Termine nach Vereinbarung.“

**Profilbild**

Ein klar erkennbares, zum Unternehmen passendes Logo.

**Geschäftszeiten**

Hinweis auf Termine nach Vereinbarung.

## WAS DER ZWEITE TEXT KLÄRT

**Das Angebot**

Änderungen und Reparaturen statt eines allgemeinen Qualitätsversprechens.

**Der Ort**

Köln hilft Interessierten einzuschätzen, ob das Angebot für sie passt.

**Die erste Nachricht**

Die Person weiß, welche Information für ihre Anfrage hilfreich ist.

## DEINE BESCHREIBUNG

# Sag konkret, was du anbietest

Schreibe zuerst in Alltagssprache. Nutze passende Bausteine und lass den Rest weg. Allein tätig? Formuliere „Ich biete ...“ und „schreib mir ...“.

## DIE VORLAGE

„Wir bieten **[konkretes Angebot]** für **[Zielgruppe oder Bedarf]** **[in Ort / online]**. Dazu gehören **[ein bis zwei Beispiele]**. Für **[Anfrage oder Termin]** schreib uns **[hilfreiche erste Information]**.“

---

Was bietest du konkret an?

---

Für wen oder in welchem Ort ist dein Angebot gedacht?

---

Was soll eine interessierte Person als Erstes schreiben?

## DEIN EIGENER BESCHREIBUNGSTEXT

---

☐ Versteht jemand außerhalb deiner Branche den Text?

☐ Sind alle Angaben wahr und aktuell?

Kürze Wiederholungen. Versprich nur Leistungen und Antwortzeiten, die du tatsächlich anbieten kannst.

## ZEITEN UND KONTAKT

# Mach Erreichbarkeit eindeutig

Kundinnen und Kunden sollen verstehen, wann dein Betrieb geöffnet ist und wie sie eine passende Anfrage stellen können.

## 01 Geschäftszeiten und Antworten unterscheiden

Prüfe die angezeigten Geschäftszeiten gegen deinen tatsächlichen Alltag. Trage keine dauerhafte Erreichbarkeit ein, wenn du sie nicht anbietest. Ein Hinweis zur Antwortzeit gehört nur in deinen Text, wenn du diese Zeit zuverlässig einhalten kannst.

**Formulierungsbeispiel:** „Termine nach Vereinbarung. Schreib uns dein Anliegen und einen passenden Zeitraum.“

---

## 02 Den Kontaktweg selbst testen

Öffne deine hinterlegte Website aus der Kundensicht. Landest du auf der richtigen, aktuellen Seite? Prüfe außerdem Schreibweise und Zuständigkeit einer angegebenen E-Mail-Adresse. Eine ungenutzte Adresse hilft niemandem.

---

## 03 Private Angaben bewusst prüfen

Schau nach, welche Telefonnummer und Anschrift tatsächlich angezeigt werden. Ist das der gewünschte geschäftliche Kontakt? Wenn du zu Hause arbeitest, prüfe besonders bewusst, welche Adressangaben du veröffentlichst und ob jemand dort einen Besuch erwarten könnte.

**Wichtig:** Laut WhatsApp können auch blockierte Kontakte dein Unternehmensprofil und deinen Katalog weiterhin ansehen. Blockieren schützt private Profilangaben deshalb nicht vor Einsicht. [Q1]

Dieser Selbstcheck bewertet Verständlichkeit und sichtbare Angaben. Er ersetzt keine Prüfung deiner rechtlichen Pflichten. Quellen und aktuelle Bearbeitungshilfe stehen auf Seite 6.

## DEIN ARBEITSBOGEN

# Verbessere heute eine Sache

Nimm die wichtigste Lücke aus Seite 2. Eine konkrete, anschließend geprüfte Änderung reicht für diesen ersten Durchgang.

Diese Frage konnte mein Profil noch nicht klar beantworten

---

Das werde ich ändern

---

---

So lautet mein neuer Text oder meine genaue Anpassung

---

---

## DANACH NOCH EINMAL AUS KUNDENSICHT PRÜFEN

- ☐ Die Änderung ist im sichtbaren Profil angekommen.
- ☐ Eine Testperson versteht dein Angebot und den nächsten Schritt.

Geprüft am \_\_\_\_\_ Nächster kurzer Check am \_\_\_\_\_

---

## WENN DU DEIN PROFIL VOLLSTÄNDIG EINRICHTEN MÖCHTEST

Den kostenpflichtigen Guide zur Einrichtung von WhatsApp Business findest du im Revenue OS Shop.

Revenue OS Shop öffnen

---

## OFFIZIELLE HILFE UND STAND

Q1 WhatsApp Hilfe zu Unternehmensprofilen

Q2 WhatsApp Hilfe zum Bearbeiten des Profils

Geprüft 10.10.2026