



Google My Business: dein Guide zum optimierten Eintrag

Autor: Alexander Rus | Position: Geschäftsführer | Zuletzt aktualisiert: 29. Juli 2020

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/google-my-business/>

Keine Local Suchmaschinenoptimierung ([SEO](#)) ohne Google My Business – aber warum eigentlich? Was ist Google My Business und was kann das? Genau diesen Fragen widmen wir uns hier. Du lernst in diesem Ratgeber, wie du dein **Unternehmen bei Google My Business anmelden** und das **Profil optimieren** kannst. Öffnungszeiten eintragen, Standorte in Google Maps festlegen, mit Bewertungen richtig umgehen: All das und mehr wird danach deine leichteste Übung sein!

Wer jetzt denkt, Google My Business sei nur eine Fleißaufgabe für Local-SEO-Streber: falsch gedacht. Wusstest du zum Beispiel, dass in [88 Prozent der Fälle](#) die **mobile Suche** nach einem lokalen Unternehmen dazu führt, dass die Person den Ort innerhalb von 24 Stunden besucht?

Dieser Besuch wird umso wahrscheinlicher, wenn das Unternehmen leicht zu finden ist – weil es **bei Google Maps aufscheint**. Und woher kommt dieser Pin auf der Karte? Richtig: von Google My Business.

Falls all das für dich noch komplettes Neuland ist, lies am besten gleich weiter. Im Anschluss gibt es einen kleinen **Überblick, was ein Google-My-Business-Eintrag ist**, was du davon hast und **welche Kosten** damit verbunden sind. Danach geht's auch schon an die Praxis und wir sehen uns an, wie sich Google My Business einrichten, verifizieren und optimieren lässt.

Was ist Google My Business?

Google My Business ist dein Werkzeugkasten für alle **Tools, die dich in den organischen lokalen Suchergebnissen sichtbar machen**. Anders gesagt: Es ist ein Hebel für den Erfolg in [Local SEO](#). Im Google-My-Business-Eintrag kannst du verwalten, wie deine Webseite in den Search Engine Result Pages ([SERPs](#)) der Google-Suche und auf Google Maps angezeigt wird.

Was das bringt? Nun ja, **je mehr Informationen Google über dein Unternehmen hat**, desto besser kann der Algorithmus die **Relevanz einschätzen**. Je höher wiederum die Relevanz, desto größer deine Chance, in einer Suche mit lokalem Bezug aufzutauchen.

Diese Sichtbarkeit hat es in sich, wie eine [Brightlocal-Studie](#) zeigt. Ein kleiner Auszug der Ergebnisse:

- Nur 16 Prozent der Suchenden gelangen über die direkte Suche zur Website eines lokalen Anbieters.



- Stolze 84 Prozent landen hingegen auf der Seite, weil sie das Unternehmen spontan in den Ergebnissen zur lokalen Suchanfrage entdecken.
- Im Durchschnitt bekommen Unternehmen pro Monat mehr als 900 Views über die Suchfunktion und...
- ...mehr als 300 Views über Google Maps.

Ein optimierter Google-My-Business-Eintrag verhilft zu **mehr Sichtbarkeit in der lokalen Suche**. Das gilt allerdings nur, wenn auch die restliche Local SEO nicht zu kurz kommt, d. h. lokale [Backlinks](#) akquiriert werden etc. (Tipp: Im verlinkten Video zeige ich dir, wie du [Citations für lokale SEO aufbaust!](#))

Du willst deine Local-SEO-Kenntnisse auffrischen? Dann schau dir im Video an, wie du dein Ranking in lokalen Suchergebnissen verbessern kannst: <https://www.youtube.com/watch?v=sxvKCTcd3Gg>

Was kann Google My Business?

Die schnelle Antwort: ziemlich viel. Indem du deine Firma bei Google eintragen lässt, bietest du einen „Schnappschuss“ vom Unternehmen und präsentierst die wichtigsten Eigenschaften auf einen Blick. Wann hat ein Standort geöffnet? Wo sind überhaupt die Standorte? Wie bewerten andere Leute dein Angebot? Und so weiter.

All das erfahren Interessierte **direkt aus den Suchergebnissen**. Google My Business ist wie die Produktverpackung deines Unternehmens: Das Gesamtpaket muss...

- ansprechend (d. h. übersichtlich) aussehen
- verraten, was drin ist
- Lust auf mehr machen

Das gehört zum Google-Firmeneintrag

Der Firmeneintrag bei Google besteht zum einen aus mehr oder weniger statischen Angaben:

- [NAP](#) (Name, Address, Phone Number)
- Informationen zur Zuordnung (Kategorie, Firmenbeschreibung etc.)

Zum anderen gesellen sich dazu spezifischere **Angaben mit dynamischem Charakter** (mehr Details weiter unten):

- Fotos
- Google-Beiträge
- Fragen und Antworten (Q&A)
- Attribute



Tipp: Wähle „Ja“ bei der Frage, ob du Updates und Empfehlungen bekommen möchtest. Zu Google My Business gehört auch, dass du das Konto immer aktuell hältst. Es reicht nicht, den Eintrag einmal anzulegen und sich dann nie mehr darum zu kümmern!

Die Kosten: Ist Google My Business wirklich kostenlos?

Ja, Google My Business ist kostenlos. Na gut – nicht ganz, immerhin wendest du deine Arbeitszeit dafür auf, das Konto anzulegen und zu pflegen. Für den Eintrag selbst und die weitere Nutzung zahlst du jedoch nichts, insofern ist das Tool also tatsächlich gratis. Es ist schließlich in Googles Interesse, dass du die Daten bereitstellst.

Eben deshalb solltest du allerdings bereit sein, **Kompromisse einzugehen**. Du hast nicht über alle Aspekte volle Kontrolle und musst beim Support teilweise beträchtliche Wartezeiten in Kauf nehmen.

Google My Business ist für lokal tätige Unternehmen/KMU eine wertvolle Chance auf mehr Sichtbarkeit – und zwar dort, wo es zählt.

Wie Google My Business dein Ranking verbessern kann

Die wichtigsten Rankingfaktoren der lokalen Suche

Du hast es vermutlich schon geahnt: In guter alter Google-Manier gibt es kein Nachschlagewerk, das die Rankingfaktoren für Google My Business von A bis Z verrät. Wäre auch zu einfach.

Trotzdem gibt es **3 Dinge, die sich definitiv auf die Rankings auswirken:**

1. **Relevance** – Dein Eintrag muss zur [Suchintention](#) Wieder gilt: Je genauer der Algorithmus einschätzen kann, ob das Angebot deines Unternehmens zum konkreten Bedürfnis der Nutzer/innen passt, desto besser für deine Sichtbarkeit.
2. **Prominence** – Hier geht es um die Aktivitäten, die rund um deinen Eintrag stattfinden: Events, neue Foto-Uploads, ortsbezogene Inhalte, viele gute (lokale) [Backlinks](#), Markensignale Ein inaktiver Google-My-Business-Eintrag ist ein schlechter Eintrag.
3. **Distance/Proximity** – Dieser Punkt ist zu 100 Prozent davon abhängig, wo der oder die Suchende sich gerade aufhält und somit nicht beeinflussbar. (Das ist aber kein Grund zur Verzweiflung: Der [Local-SEO-Report von Moz für 2020](#) ergab, dass der Rankingfaktor Proximity an Relevanz verloren hat.)

Du brauchst Unterstützung bei deiner Local SEO? Buche jetzt [hier](#) das Local-SEO-Komplettpaket!



Google My Business und Google Maps

Im Setup-Prozess trägst du unter anderem dein Unternehmen bei Google Maps ein. Da dieser Standorteintrag ein wichtiger Faktor ist, findest du im Anschluss ein paar **gängige Fragen und Probleme kurz erklärt**.

Wie bekomme ich einen Eintrag bei Google Maps und was kostet das?

Während des Einrichtungsprozesses fragt Google nach deinem Unternehmensstandort. Du bekommst den Eintrag also, indem du dort die **Standortadresse einträgst** und anschließend den **Pin auf der Karte positionierst**. Das Ganze kostet nichts.

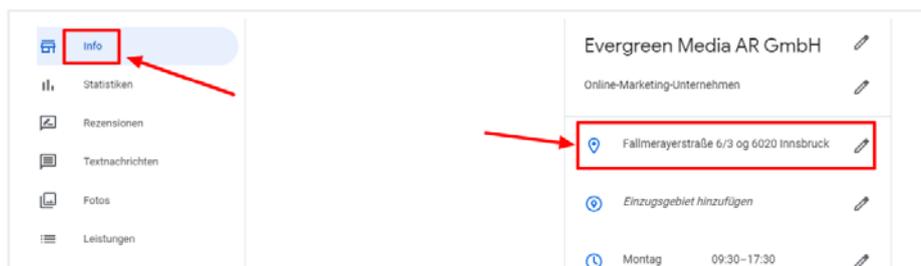
In diesem Schritt kannst du zugleich das **Google-My-Business-Einzugsgebiet festlegen**. Das ist beispielsweise für Unternehmen relevant, die etwas ausliefern oder Hausbesuche anbieten.

Wie kann ich den Google-Maps-Eintrag ändern?

Dein Unternehmen ist in ein neues Büro gezogen oder der Standort hat sich aus irgendeinem anderen Grund geändert? Dann musst du den **Eintrag in Google Maps anpassen**. Das geht kinderleicht:

- Wähle in deinem GMB-Profil den Reiter „Info“.
- Dort siehst du die Firmenadresse, die du bei der Anmeldung angegeben hast.
- Klicke auf den Stift und trage die gewünschte neue Adresse ein.

Hier nochmal zur Veranschaulichung:



Unter „Info“ lässt sich die Standortadresse ändern.

Im Zuge dieses Schritts kannst du zudem den Pin auf der Karte anpassen, falls nötig. Google tut das automatisch und in der Regel relativ zuverlässig, nachhelfen kannst du natürlich trotzdem. Du solltest nach dem Klick auf den Stift dieses Fenster sehen:



Unternehmensstandort

Wenn Sie eine Adresse angeben, erscheint Ihr Standort auf Google und ist für Kunden sichtbar. Die Adresse können Sie weglassen, wenn Sie weder ein Ladengeschäft noch ein Büro haben.

Land/Region
Österreich

Adresse
Fallmerayerstraße 6/3 og [Zeile hinzufügen](#)

Postleitzahl
6020

Stadt
Innsbruck

[Adresse löschen](#)

Zum Verschieben Ortsmarkierung ziehen

[Karte](#) [Satellit](#)

[Abbrechen](#) [Übernehmen](#)

Hinweis: Änderungen werden unter Umständen vor der Veröffentlichung auf ihre Qualität überprüft. Dies kann bis zu drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Trage die gewünschte neue Adresse ein und ziehe ggf. den Pin an die richtige Stelle.

Das Unternehmen wird bei Google Maps nicht angezeigt – und jetzt?

Die Adresse passt, der Eintrag sitzt – und trotzdem erscheint deine Firma nicht auf der Karte? In so einem Fall kann es sein, dass...

- der Google-Algorithmus noch nicht genügend bzw. ungenaue Informationen über das Unternehmen hat. [So begründet es jedenfalls der Google-Support](#).
- du kürzlich Änderungen vorgenommen hast, die erst nach ein paar Tagen vollständig angezeigt werden.
- das Google-My-Business-Profil [noch nicht verifiziert oder ausreichend ausgefüllt](#)
- die Daten fehlerhaft sind, z. B. wenn du die falsche Postleitzahl angibst.

Wo wir gerade bei möglichen Problemfällen sind – wie steht es eigentlich um den Support und alles, was sonst noch zum „Drumherum“ gehört?

Login, Kontakt und Support bei Google My Business

Wie logge ich mich bei Google My Business ein? Solltest du dir diese Frage stellen, dann hast du zwei Optionen:

1. Geht auf die [offizielle Startseite](#) und wähle „Anmelden“.
2. Logge dich in deinen Google-Account ein und rufe links neben deinem Profilbild das Auswahlfeld für Apps auf. Dort findest du das Symbol für Google My Business.



Übrigens kannst du deinen Eintrag nicht nur auf dem Desktop, sondern auch über die **Google-My-Business-App** verwalten. Die gibt es [für iOS](#) und [für Android](#) im App- bzw. Play Store.

Was den Support betrifft, orientierst du dich am besten immer am [offiziellen GMB-Hilfereich](#). Solltest du Google direkt kontaktieren, brauchst du vermutlich **ein bisschen Geduld, bis du eine Rückmeldung bekommst**. Wie gesagt, eine kostenlose Leistung verlangt nach dem einen oder anderen Kompromiss.

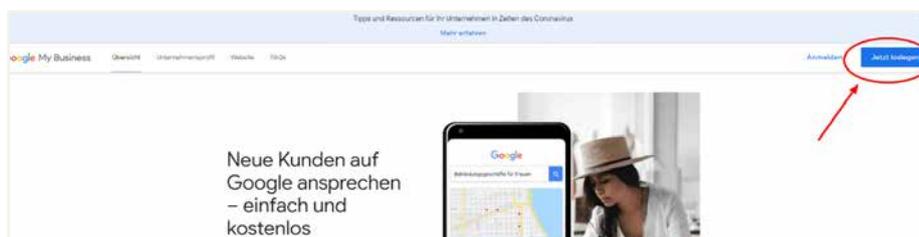
Nun hast du das nötige Hintergrundwissen und bist bereit für den praktischen Teil. Also los, legen wir gemeinsam deinen Google-My-Business-Eintrag an – mit allem, was dazugehört.

Fair warning: Auf eine hilfreiche Antwort vom Google-Support wartet man oft eine ganze Weile lang...

Wie du deine Firma bei Google My Business anmelden kannst

Wenn du für dein Unternehmen ein **Profil bei Google My Business einrichten** willst, brauchst du dafür zunächst... einen Google-Account. Soweit keine große Überraschung, aber wir wollen schließlich ganz von vorne beginnen.

Du startest über [die Anmeldeseite](#) und klickst „Jetzt loslegen“ an.



Wähle „jetzt loslegen“, um ein neues Profil anzulegen.

Es folgt nun eine Schritt-für-Schritt-Anleitung durch den Einrichtungsprozess. Achtung: Ich gehe hier nicht alle Schritte bis ins kleinste Detail durch, weil das wirklich klar angeleitet wird. You can do it! ;)

Ganz wichtig:

Sobald du alle Angaben gemacht hast, musst du den Eintrag verifizieren lassen. Verifizierte Accounts haben deutlich bessere Rankingchancen!



Lust auf ein anschauliches Beispiel? Dann zeige ich dir im Video-Tutorial, wie du deinen Google-My-Business-Eintrag optimieren kannst. Alternativ gibt's im Anschluss die wichtigsten Erklärungen zum Anmeldeprozess in schriftlicher Form! Hier geht es zum Video: <https://www.youtube.com/watch?v=FJc5n46ag0I>

Schritt für Schritt zum Google-My-Business-Eintrag

Im ersten Schritt **legst du deinen Google-My-Business-Eintrag an**. Aber Moment – was, wenn Google sagt: „Auf diesen Eintrag wurde bereits Anspruch erhoben“? Kein Problem, dann musst du einfach die **Inhaberschaft beantragen**. Klicke dafür auf „Zugriff anfordern“.

Zunächst trägst du die statischen Angaben ein. Dazu gehören:

- die Adresse aka der Standort, den du (s. o.) per Drag & Drop gleich auf der Karte festlegst
- die lokale Telefonnummer
- die Website, auf die du verlinken willst
- der offizielle Firmenname
- die Öffnungszeiten
- einen Link zur Terminvergabe (sofern relevant)

Das sind all die Angaben, die du dann unter „Info“ wie folgt angezeigt bekommst:

Evergreen Media AR GmbH

Online-Marketing-Unternehmen

Adresse

Fallmerayerstraße 6/3 og 6020 Innsbruck

Einzugsgebiet hinzufügen

Öffnungszeiten

	Montag	09:30–17:30	
	Dienstag	09:30–17:30	
	Mittwoch	09:30–17:30	
	Donnerstag	09:30–17:30	
	Freitag	09:30–17:30	
	Samstag	Geschlossen	
	Sonntag	Geschlossen	

Weitere Öffnungszeiten
Öffnungszeiten hinzufügen

	01.01.18	Geschlossen	
	24.12.18	Geschlossen	
	25.12.18	Geschlossen	
	26.12.18	Geschlossen	
	01.01.19	Geschlossen	
	06.01.19	Geschlossen	
	30.05.19	Geschlossen	

Telefonnummer vom Standort

Telefonnummer hinzufügen

evergreenmedia

Website

https://www.evergreenmedia.at/?utm_source=google&utm_medium=local&utm_campaign=gmb

Weiterleitung zur Terminvergabe

Links für Termine <https://www.evergreenmedia.at/kontakt/>

An diesen Informationen ändert sich in der Regel wenig.



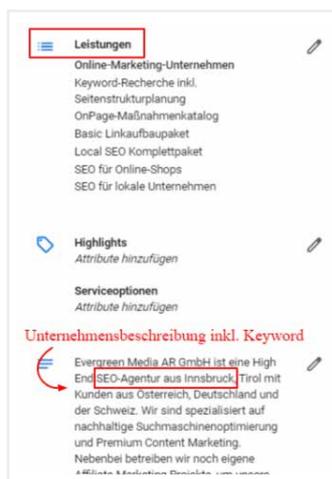
Nochmal zur Wiederholung: Indem du Google in diesem Schritt möglichst viele Informationen bereitstellst, lieferst du dem Algorithmus einen umfassenden Kontext. So kann Google besser einschätzen, was du anbietest und inwiefern das für die Suchanfrage relevant ist.

Leg dir ein **Google-Spreadsheet** an, in dem du all deine Angaben notierst – am besten die Daten, die du bei der Firmengründung verwendet hast. So behältst du den Überblick und **trägst überall die gleiche Schreibweise ein**. Es macht nämlich einen Unterschied, ob du z. B. einmal „Straße“ und an anderer Stelle „Str.“ schreibst.

Weiter geht es jetzt mit den **spezifischeren Angaben**. Das sind unter anderem:

- **die Kategorie** (bis zu 5 Kategorien sind möglich, eine davon ist die Hauptkategorie)
- **bestimmte Produkte/Serviceleistungen**, die du hervorheben möchtest – hier kannst du zusätzlich gleich eine Preisliste bereitstellen. Das ist für User/innen sehr praktisch und ein Zeichen für volle Transparenz. Sofern die Preisangabe in deiner Branche sinnvoll ist: go for it.
- „**von [Unternehmen]**“ – die **Businessbeschreibung**, in der du verrätst, was das Unternehmen anbietet und wofür es steht.

Im Fall von Evergreen Media® sieht dieser Bereich so aus:



Die Unternehmensbeschreibung sollte das Fokus-Keyword enthalten.

Wie du siehst, haben wir keine Preise eingetragen, ganz einfach deshalb, weil Pauschalpreise bei Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing nicht sinnvoll sind. (Warum? Das erfährst du im Beitrag zu [SEO-Kosten!](#)) Für **klassische Dienstleister** wie z. B. einen Friseursalon wäre diese Rubrik aber definitiv nützlich.



Soweit all die Informationen, die du von Anfang an bereitstellen solltest. Darüber hinaus gibt es noch ein paar **Punkte, die du kontinuierlich verwalten musst**, weil sie sich erst im Lauf der Zeit ansammeln:

- Nutzerfragen und Antworten (Q&A)
- Rezensionen
- Google-Beiträge (von dir verfasst und publiziert)

Zwischenfazit: 3 Tipps für einen guten Eintrag

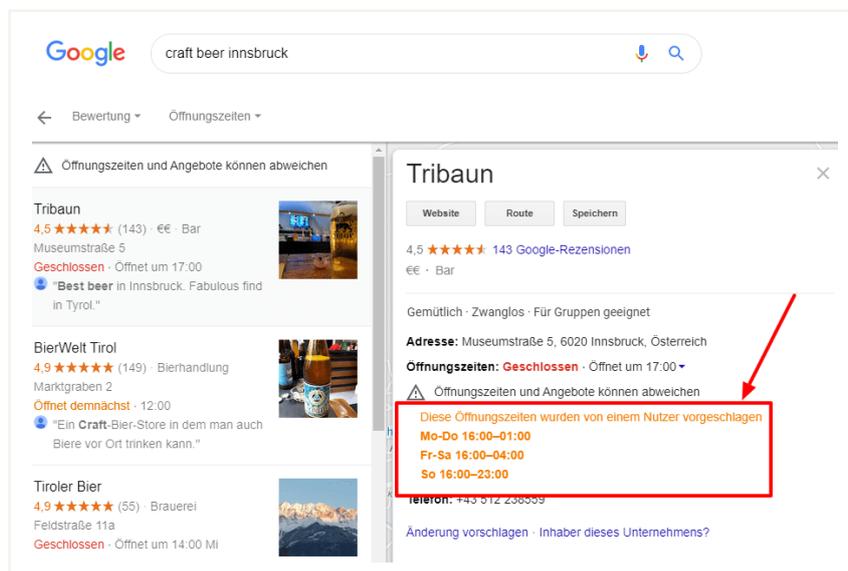
Bevor wir weitermachen, an dieser Stelle kurz ein paar **Tipps für die Praxis**. Das solltest du wissen:

1. Die Google-My-Business-Beschreibung besteht aus maximal 750 Zeichen und ist dazu gedacht, das Unternehmen vorzustellen.

Die ersten 250 Zeichen werden im Knowledge Panel in den SERPs angezeigt und sollten dementsprechend 1x das Fokus-Keyword enthalten (üblicherweise „Was“ + „Wo“). Ansonsten: bloß kein Keyword-Stuffing!

2. Überprüfe regelmäßig die Angaben im Unternehmensprofil.

User/innen können selbst Änderungen vorschlagen und es ist nicht zu deinem Vorteil, wenn Google diese Änderungen übernimmt, ohne dass du das mitbekommst. Eine Benachrichtigung erhältst du meistens nicht. In den Suchergebnissen sehen die Änderungsvorschläge dann so aus:



Es wirkt unprofessionell, wenn das Unternehmen solche Änderungen längere Zeit übersieht.

Nimm dir einmal die Woche oder zumindest alle 10-14 Tage ein paar Minuten Zeit, um zu überprüfen, ob alles nach wie vor planmäßig angezeigt wird.

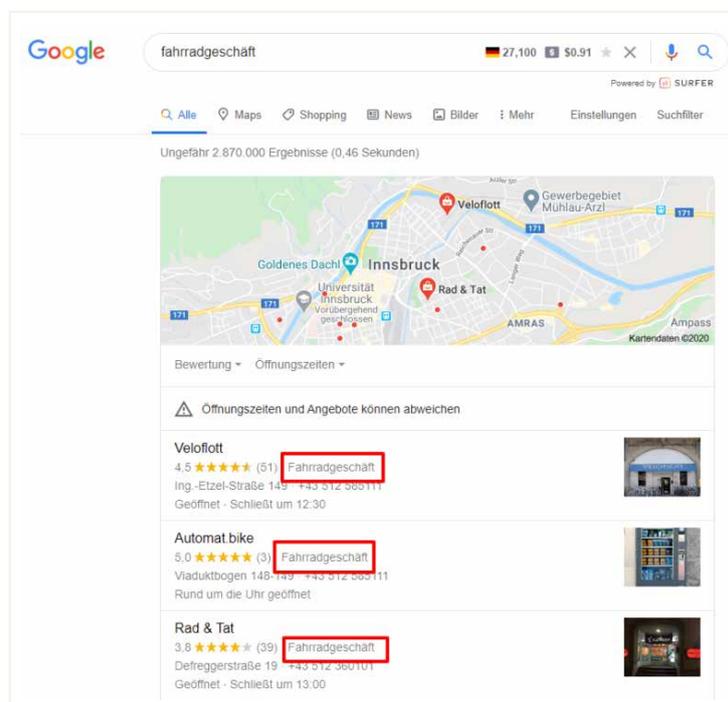


3. Achte darauf, die Firmendaten immer (!) einheitlich anzugeben.

Google verifiziert anhand von anderen Verzeichniseinträgen (engl. *citations*) wie z. B. in den Gelben Seiten, ob die Daten konsistent sind. Daher der schon genannte Tipp mit dem Spreadsheet zur Übersicht – Kleinigkeiten in der Schreibweise vergisst man schneller als gedacht.

Was tun, wenn die Unternehmenskategorie nicht vorhanden ist?

Die Kategorie entscheidet maßgeblich mit darüber, ob du für ein Keyword ranken kannst. Am wichtigsten ist die Hauptkategorie, engl. **Main Category** bzw. Primary Category. Schau diesbezüglich nach, **welche Hauptkategorie die Konkurrenz gewählt hat**. Im Idealfall ist das selbsterklärend, so wie hier:



Die Main Category ist bei diesem Suchbegriff selbsterklärend und deckt sich mit dem Keyword.

Und was, wenn es die Kategorie nicht gibt, die du brauchst? Dann bleib im Zweifelsfall bei der **nächstlogischen allgemeinen Zuordnung**. Eine eigene neue Kategorie erstellen ist nämlich nicht möglich.

Nehmen wir Evergreen Media® als Beispiel. Eine Kategorie „SEO“ gibt es bis dato nicht (shame!), daher läuft unser Eintrag unter „Online-Marketing-Unternehmen“.

Klicke in den SERPs auf **„mehr Orte“**. So siehst du weitere Suchergebnisse in Google Maps und filterst vielleicht noch weitere passende Kategorien heraus.



Den Google-Bestätigungscode eingeben

Um deinen **Google-My-Business-Eintrag zu verifizieren**, musst du einen Bestätigungscode eintragen. Den bekommst du üblicherweise **per Postkarte**. Sie wird an die Unternehmensadresse geschickt, die du angegeben hast. Der Postversand kann durchaus ein paar Tage dauern.

Für gewisse Geschäftstypen ist es auch **möglich, den Eintrag per Anruf oder E-Mail zu verifizieren**. Falls das für dein Unternehmen in Frage kommt, wird diese Option angezeigt, sobald du die Bestätigung anforderst. Falls nicht, heißt es wohl oder übel abwarten, bis die Post eintrudelt.

Übrigens kannst du den [Bestätigungsstatus jederzeit prüfen](#), d. h. nachverfolgen, ob der Eintrag bereits verifiziert wurde. Das wird relevant, wenn du die Inhaberschaft noch nicht beantragt, aber festgestellt hast, dass dein Unternehmen schon einen GMB-Eintrag hat.

Mehrere Standorte bei Google My Business

Ein Standort, schön und gut – doch was, wenn mein Unternehmen mehrere Filialen hat? Keine Sorge, in dem Fall legst du einfach **weitere Standorte** an. Zur Orientierung:

- Ab 3-4 Standorten sollte es auf der Unternehmenswebseite jeweils eigene Standortseiten geben.
- Jeder Standort braucht dann einen eigenen Google-My-Business-Eintrag.

Bei neuen Standorten oder wenn du einen Google-My-Business-Standort löschen willst, startest du über den **Reiter „Standorte verwalten“**.



Die Unternehmensbeschreibung sollte das Fokus-Keyword enthalten.

Nun wählst du den betreffenden Standort aus und siehst daraufhin im blauen Kasten diverse Aktionen, darunter etwa „Standort entfernen“. Alternativ kannst du einen neuen Standort hinzufügen, indem du auf das betreffende Feld klickst.



Wenn du mehrere Standorte hast, solltest du das im Google-My-Business-Profil angeben.

Welche Rolle spielt die Website bei Google My Business?

Um es kurz zu machen: eine sehr große Rolle. Denn was du hier angibst, ist ausschlaggebend dafür, was du in **Google Analytics nachverfolgen** kannst.

Die Webseite selbst beurteilt Google nach diesen Kriterien:

- **Page Authority** – wie viele Links gehen auf die Seite?
- **Relevanz** – wie exakt passt der Inhalt auf der Seite zur jeweiligen Suchanfrage?

Du siehst schon, die Website will sorgfältig gewählt sein. Wie du am besten vorgehst und mit welchen Hacks du arbeiten kannst, erfährst du im Video: <https://www.youtube.com/watch?v=ILPyCHVTmHE>

Gut zu wissen: Manchmal ist mit der „Google-My-Business-Website“ auch die **kostenlose Mini-Website** gemeint, die du im Rahmen von Google My Business erstellen kannst. Aus **SEO-Sicht ist das allerdings irrelevant** – wir wollen ja schließlich deine „richtige“ Website sichtbar machen.

Dein GMB-Eintrag steht? Perfekt, dann ist es jetzt an der Zeit, das meiste rauszuholen!

4 + 1 Tipps, wie du dein Konto bei Google My Business optimieren kannst

Vollständige Angaben sind bei Google My Business wichtig, soweit keine Frage. Doch damit ist es nicht getan, denn wie gesagt ist ein „totes“ Profil für den Algorithmus nicht gerade interessant. **Der Top-Tipp zur Google-My-Business-Optimierung ist daher ganz klar: Aktivität!**

Diese Aktivität kannst du auf drei Arten gezielt fördern: durch Fotos, Rezensionen und Beiträge. Sehen wir uns das mal genauer an.

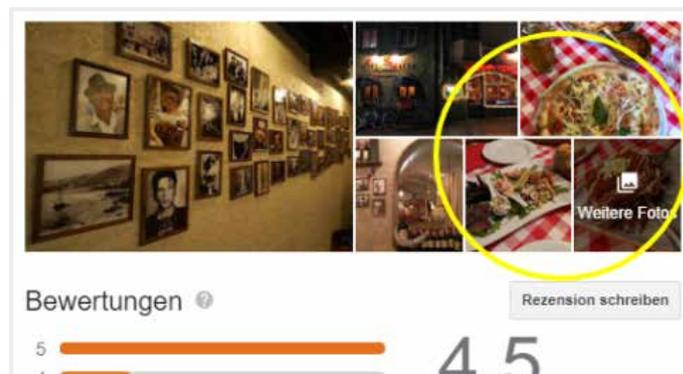


1. Fotos bei Google My Business: das Ass im Ärmel

Bilder funktionieren. Dementsprechend gerne sieht Google es, wenn es zu einem Firmeneintrag aussagekräftiges Bildmaterial gibt.

Du solltest bei Google My Business **Videos oder Fotos einbinden** – zu viel des Guten ist allerdings genauso wenig zielführend. Konzentriere dich auf **hochwertiges Bildmaterial** und lade nur das hoch, was du wirklich gerne in deinem Business-Eintrag in den SERPs sehen würdest.

Achtung: **Jeder kann Bilder zum Unternehmen hochladen**. Vor allem bei Restaurants sieht man solche Fotos oft:



Nicht gerade Highend, aber dafür authentisch: Nutzerfotos vom Angebot.

Damit du für alle Eventualitäten gewappnet bist, im Anschluss noch ein paar Informationen zu Bildern bei Google My Business:

Kann ich die Fotos sortieren?

Nein, das geht leider nicht. Das ist einer der Kompromisse, von denen vorher die Rede war – **du kannst nicht selbst festlegen, welches Bild wo angezeigt wird**.

Und wonach entscheidet Google, wo ein bestimmtes Foto im Knowledge Panel platziert ist? Nun ja, das sind in der Regel **Faktoren wie die Klickrate, welches Bild am längsten angesehen wurde** usw. Ich muss es wohl nicht extra sagen, aber: Professionelle und vor allem ansprechende Fotos haben da natürlich bessere Chancen als der Schnappschuss, den du irgendwann mal mit dem Handy gemacht hast.

Wie kann ich in Google My Business Fotos löschen?

Das geht ganz schnell: Geh im Google-My-Business-Profil auf den Reiter „Fotos“ und wähle das betreffende Foto aus. Klicke auf den Papierkorb rechts oben und bestätige das Löschen nochmal – done!



Was ist die richtige Bildgröße bzw. Seitenverhältnis für Google-My-Business-Bilder?

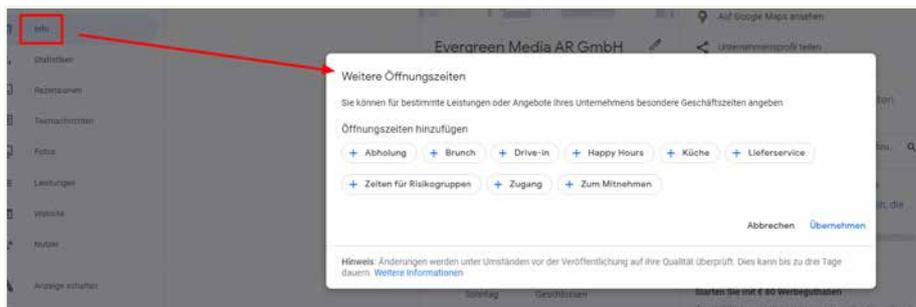
Folgende Seitenverhältnisse solltest du für die einzelnen Bildarten kennen:

Bildtyp	Empfohlenes Seitenverhältnis
Logo	1:1
Beitragsbild	4:1
Fotos (für das Knowledge Panel)	1:1
Titelbild	16:9
Video	16:9

2. Besondere Öffnungszeiten bei Google My Business anpassen: so geht's

Die Öffnungszeiten gehören zu den wichtigsten Informationen, die ein Unternehmen liefern kann. Das Problem: Nicht immer sind diese Angaben korrekt. Und wer genau deshalb schon mal vor verschlossenen Türen gestanden ist, weiß, wie ärgerlich falsche Öffnungszeiten sein können. Achte also unbedingt auf korrekte Informationen!

Das gilt erst recht, weil Google stets auf dem neuesten Stand bleibt und erst kürzlich **neue Optionen für Öffnungszeiten** hinzugefügt hat. Damit gibt es jetzt u. a. besondere Zeiten für Brunch oder Happy Hours. Du kannst die Zeiten **unter „Info“ und „weitere Öffnungszeiten“** individuell einstellen:



Je mehr Information du bereitstellst, desto praktischer für dein Publikum!

Im Zuge der Corona-Pandemie gibt es nun auch die Möglichkeit, „Zeiten für Risikogruppen“ einzustellen. Das mag zwar mittlerweile nicht mehr nötig sein, doch der Punkt ist: Korrekte Öffnungszeiten sind weit mehr als eine Zusatzleistung – in diesem Fall waren sie eine wichtige Schutzmaßnahme.

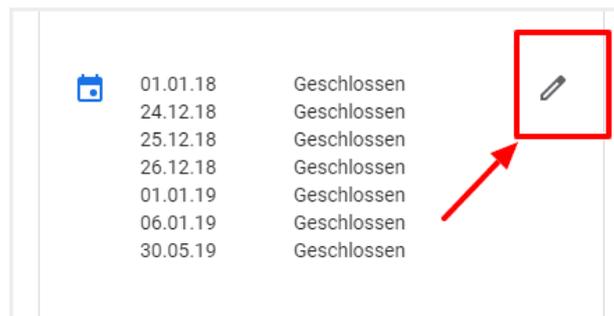
Aber jetzt wieder weg von Corona und hin zu einer Regel, die immer gilt:



Schreib die Öffnungszeiten auf der Website so, wie du sie im Infobereich bei Google My Business eingegeben hast. **Stichwort: Einheitlichkeit.** Wenn im Knowledge Panel also 08:00-17:00 Uhr steht, sollte es auf deiner Website nicht die Schreibweise 8-17 Uhr geben.

Wie kann ich bei Google My Business Urlaub eintragen?

Für Urlaubszeiten gehst du im Reiter „Info“ einfach auf die Öffnungszeiten und klickst den Stift zum Bearbeiten an. Trage dann die geänderten Zeiten bzw. den Urlaub ein und schon ist die Sache erledigt. Das gleiche Vorgehen gilt, wenn du **Feiertage oder generell eine „Out of office“-Meldung** angeben willst.



Öffnungszeiten kannst du jederzeit anpassen.

Kann ich beliebte Zeiten bei Google My Business angeben?

Nein, das ist nicht möglich. **Das Stoßzeitendiagramm etc. generiert der Algorithmus selbst**, basierend auf den Daten von Nutzer/innen, die den Standortverlauf aktiviert haben. Solche Angaben sind logischerweise nur möglich, sofern es sich beim Unternehmen tatsächlich um einen Ort handelt, den man **persönlich besuchen und sich dort aufhalten** kann. Für uns als [SEO-Agentur](#) wären Stoßzeiten zum Beispiel sinnlos (nicht nur, weil SEO niemals schläft).

3. Bewertungen: Rezensionen und Google My Business

Google-Rezensionen sind ein unglaublich wichtiger Faktor für Unternehmen. Ignorieren ist also definitiv keine Option – im Gegenteil, du solltest dich aktiv um positive Bewertungen bemühen!

Was bringen Google-Rezensionen?

Mit einem Wort: Vertrauen. Du kennst das bestimmt von dir selbst. Gute Bewertungen von „echten Menschen“ sind **das beste Indiz, dass ein Angebot vertrauenswürdig ist**. Tatsächlich sind positive Rezensionen der **Einflussfaktor Nummer 1** im Kaufverhalten – während [60 Prozent der Konsument/innen](#) abspringen, wenn sie mehr als 3 negative Bewertungen sehen.



Für dich bedeutet das: **Bezieh Rezensionen in dein Monitoring mit ein und beantworte sie aktiv.** Und zwar alle! Es reicht nicht, auf Kritik zu antworten und zu versuchen, den Schaden zu begrenzen. Nein, auch positive Bewertungen wollen beantwortet werden. Im besten Fall mit ein paar individuellen Sätzen und nicht nur mit „Danke“.

Es ist durchaus erlaubt, um Bewertungen zu bitten, solange du dabei keine Gegenleistung anbietest und die Rezension „kaufst“. Lies dir für die ideale Vorgehensweise am besten unseren umfangreichen [Ratgeber zu Google-Bewertungen](#) durch!

Kann man GMB-Bewertungen löschen oder ausschalten?

Nein, du kannst Bewertungen bei Google My Business nicht entfernen. Logisch, sonst könnte sich jedes Unternehmen als das beste unter der Sonne inszenieren... Solltest du allerdings eine **Rezension erhalten, die eindeutig gegen die Regeln verstößt**, kannst du sie bei Google melden. Klicke dazu auf die drei Punkte neben der Bewertung:



Beleidigungen o. Ä. musst du nicht einfach so hinnehmen.

Wenn du Glück hast, wird der Kommentar früher oder später gelöscht. Das kann allerdings eine Weile dauern.

4. Beiträge bei Google My Business: perfekt für Veranstaltungen, Angebote etc.

Du willst etwas promoten? Ein Event steht an? Oder ein Sale? Dann mach einen Google-Beitrag draus! Diese Mini-Beiträge erscheinen im Knowledge Panel zu deinem Unternehmen, genauer gesagt unter dem Titel „Neuigkeiten von [Unternehmen]“.

Die wichtigsten Eckdaten zu Google-Beiträgen:

- 100-300 Wörter
- können einen Link enthalten
- bis zu 10 Bilder pro Post möglich
- chronologisch geordnet
- Beiträge sind 7 Tage sichtbar und danach unter „vorherige Neuigkeiten bei Google ansehen“ zu finden



Neue Posts sind eine relativ **simple Gelegenheit, ein Aktivitätssignal an Google zu senden**. Thematisch kannst du dich austoben. Firmennews, eine Ankündigung für neue Inhalte oder anstehende Events – irgendwas gibt es immer mitzuteilen.

Bonustipp: Schema Markup

Strukturierte Daten und Google My Business? Go for it! Durch das sogenannte **Schema Markup für die NAP-Angaben, Öffnungszeiten etc.** versteht Google noch besser, welche Elemente was repräsentieren. So steigt die Relevanz deines Eintrags. Falls du gerade zum ersten Mal von strukturierten Daten hörst: Im Video erfährst du alles, was du darüber wissen musst! Hier geht es zum Video: <https://www.youtube.com/watch?v=v8Klqd7Akbc>

Willst du mehr erstklassige Google-Rezensionen bekommen? [So geht's!](#)

Und wenn ich Google My Business löschen will?

Wenn du deinen **Eintrag bei Google My Business entfernen** willst, hast du zwei Optionen: entweder du löschst ihn dauerhaft oder du trägst ein, dass das Unternehmen **vorübergehend geschlossen** ist. Das Ganze verläuft wieder über den Info-Bereich. Dort siehst du folgende Box:



Corona-bedingt war die „vorübergehend geschlossen“-Option die letzten Monate omnipräsent.

Wenn du den Eintrag löschst, musst du ggf. später wieder ganz von vorne starten.
Überlege dir diesen Schritt gut!



Fazit: Warum du einen Google-My-Business-Account anlegen solltest

Juckt es dich schon in den Fingern, selbst mit GMB loszulegen? Sehr gut! Denn wenn du es richtig angehst, wird Google My Business dein bester Freund in der lokalen Suchmaschinenoptimierung. Darum solltest du einen Account anlegen und deinen Eintrag verifizieren:

3 gute Gründe für Google My Business

1. Du gewinnst mit einem optimierten Google-My-Business-Profil an Sichtbarkeit in den organischen Ergebnissen für lokale Suchanfragen.
2. Du bedienst dadurch mobile Suchanfragen besser, denn diese haben oft Lokalbezug.
3. Einmal angelegt, ist der GMB-Eintrag vergleichsweise pflegeleicht und dennoch sehr nützlich, da du Google so viele Informationen über dein Unternehmen zukommen lässt.