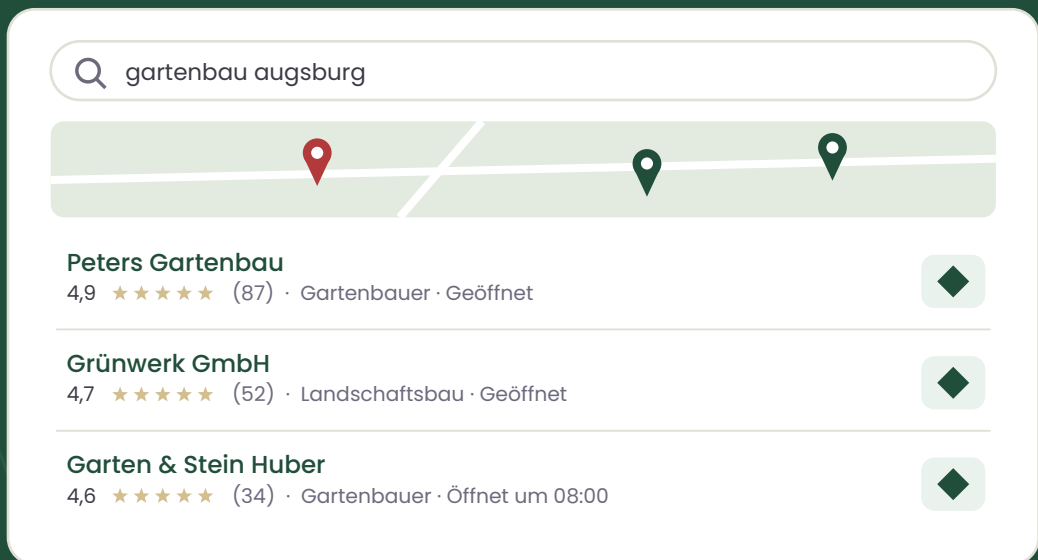


DER PRAXIS-GUIDE FÜR LOKALE UNTERNEHMEN

Google Unternehmensprofil optimieren

Mehr Sichtbarkeit, mehr Vertrauen und mehr lokale Anfragen.
Schritt für Schritt in 24 Kapiteln, inklusive Checkliste.



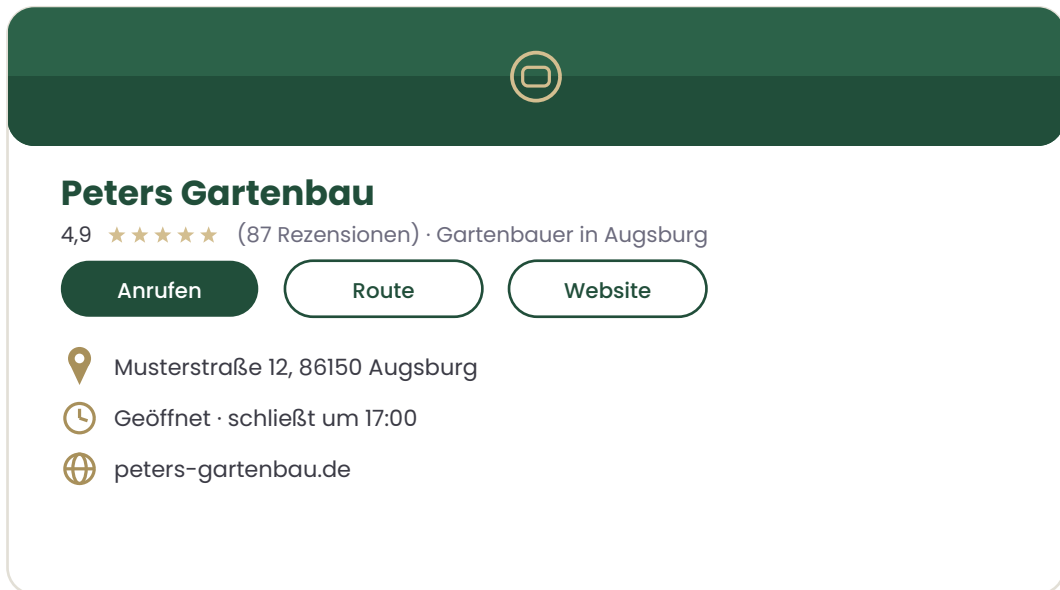
Warum dieser Guide?

Ein Google Unternehmensprofil ist für viele lokale Unternehmen einer der wichtigsten digitalen Vertriebskanäle. Wer bei Google Maps, in der lokalen Suche oder im sogenannten Local Pack sichtbar ist, kann regelmäßig neue Anfragen gewinnen.

Dieser Guide zeigt dir Schritt für Schritt, wie du dein Google Unternehmensprofil sauber aufbaust, sinnvoll optimierst und dauerhaft pflegst. Ohne Fachchinesisch, dafür mit konkreten Beispielen aus der Praxis.

Das erwartet dich

- **Grundlagen:** Profil erstellen, Name, Kategorie und Suchbegriffe richtig wählen
- **Optimierung:** Beschreibung, Leistungen, Öffnungszeiten und Website sauber verknüpfen
- **Aktivität:** Fotos, Beiträge und Social-Media-Profile gezielt nutzen
- **Bewertungen:** Rezensionen aufbauen, beantworten und für Vertrauen sorgen
- **Strategie:** Konkurrenzanalyse, Branchenverzeichnisse und eine einfache Pflegeroutine
- **Bonus:** Die komplette Checkliste zum Abhaken am Ende des Guides



So sieht ein gepflegtes Google Unternehmensprofil für Kunden aus.

SO NUTZT DU DIESEN GUIDE

Arbeite die Kapitel am besten der Reihe nach durch und hake die Punkte in der Checkliste am Ende des Guides ab. Du musst nicht alles an einem Tag umsetzen. Wichtiger ist, dass du dranbleibst.

TEIL 1

Die Grundlagen richtig legen

Kapitel 1-5: Erstellung, Name, Suchbegriffe, Kategorie und Vollständigkeit

1 Profil erstellen oder übernehmen

Der erste Schritt ist die Erstellung oder Übernahme deines Google Unternehmensprofils. Dafür brauchst du:

- einen Google Account
- den offiziellen Unternehmensnamen
- Adresse oder Einzugsgebiet
- Telefonnummer und Website
- passende Unternehmenskategorie
- Öffnungszeiten
- ggf. Bilder, Logo und Beschreibung

Google Unternehmensprofile sind kostenlos und können für Unternehmen genutzt werden, die Kunden vor Ort empfangen oder Kunden in einem bestimmten Gebiet bedienen.

2 Unternehmensname richtig eintragen

Der Unternehmensname ist ein sehr wichtiger Bestandteil deines Profils. Er sollte so eingetragen werden, wie dein Unternehmen tatsächlich heißt. Künstlich eingefügte Keywords, Ortsnamen oder Zusatzbegriffe können zu Problemen führen, wenn sie nicht Teil deines echten Unternehmensnamens sind.

✗ NICHT IDEAL

Peters Gartenbau bester
Landschaftsbauer Augsburg günstig

Mit Keywords überladen, das riskiert Probleme

✓ BESSER

Peters Gartenbau

Echter Name, sauber und einheitlich

Falls deine Hauptleistung wirklich Teil deines offiziellen Namens ist, ist das natürlich in Ordnung, etwa *Schmidt Elektrotechnik* oder *Müller Sanitär & Heizung*. Verwende den Namen genauso auf deiner Website, in Branchenverzeichnissen, auf Rechnungen und in sozialen Netzwerken.

TIPP FÜR GRÜNDER

Du hast dein Unternehmen noch nicht gegründet? Dann kann es sinnvoll sein, den Firmennamen so zu wählen, dass deine Hauptleistung als Suchbegriff enthalten ist. Statt *Peters Consulting* also lieber *Peters Gartenbau*. So steckt dein wichtigster Suchbegriff von Anfang an in deinem echten Namen.

3 Hauptleistung und Suchvolumen prüfen

Bevor du dein Profil optimierst, solltest du wissen, wonach deine potenziellen Kunden wirklich suchen. Typische Suchbegriffe sind zum Beispiel:

- Elektriker Augsburg
- Gartenbau Augsburg
- Gebäudereinigung Augsburg
- Physiotherapie Augsburg
- Webdesign Augsburg
- Steuerberater Augsburg

TIPP

Nutze den Google Ads Keyword Planner, um Suchvolumen zu prüfen. Du musst dafür keine Werbung schalten. Ein Google Ads Konto reicht oft aus, um erste Einschätzungen zu erhalten.

4 Unternehmenskategorie sauber wählen

Die Kategorie gehört zu den wichtigsten Einstellungen im Profil und ist extrem wichtig für deine Sichtbarkeit. Die Hauptkategorie sollte so genau wie möglich zu deiner wichtigsten Leistung passen, zum Beispiel Gartenbauer, Elektriker, Sanitärinstallateur, Gebäudereinigungsdienst, Webdesigner oder Physiotherapeut.

WICHTIG

Ist die Kategorie falsch gewählt, kann das dazu führen, dass du bei deinen wichtigsten Suchbegriffen gar nicht sichtbar bist. Prüfe diese Einstellung deshalb besonders sorgfältig.

TIPP

Schau dir die Kategorien deiner gut rankenden Konkurrenz an, etwa mit Chrome-Erweiterungen wie GMB Everywhere. Aber kopiere nicht blind: Wähle die Kategorie, die wirklich zu deinem Unternehmen passt. Du bist unsicher, welche Kategorie passt? Melde dich gerne bei uns, wir prüfen dein Profil und geben dir eine klare Empfehlung.

5 Profil vollständig ausfüllen

Je vollständiger dein Profil ist, desto besser versteht Google dein Unternehmen, und desto vertrauenswürdiger wirkt es auf potenzielle Kunden. Prüfe besonders diese Bereiche:

- Unternehmensname
- Hauptkategorie
- zusätzliche Kategorien
- Beschreibung
- Telefonnummer
- Website
- Öffnungszeiten
- Adresse / Einzugsgebiet
- Leistungen
- Produkte (falls vorhanden)
- Buchungslink
- Social-Media-Profile
- Attribute (z. B. Barrierefreiheit)
- Parkmöglichkeiten
- Termin- & Serviceoptionen
- Fotos, Logo & Titelbild

TEIL 2

Das Profil gezielt optimieren

Kapitel 6–11: Beschreibung, Tracking, Standort, Zeiten, Leistungen und Website

6 Beschreibung mit relevanten Begriffen

In der Beschreibung solltest du klar erklären: Wer bist du? Was bietest du an? Für wen ist dein Angebot geeignet? In welcher Region bist du tätig? Was unterscheidet dich von anderen?

BEISPIEL

Peters Gartenbau ist Ihr Ansprechpartner für Gartenbau, Gartengestaltung und Landschaftsbau in Augsburg und Umgebung. Wir unterstützen private und gewerbliche Kunden bei der Planung, Umgestaltung und Pflege von Gärten, Außenanlagen, Einfahrten, Terrassen und Grünflächen. Unser Fokus liegt auf sauberer Arbeit, persönlicher Beratung und zuverlässiger Umsetzung.

Wichtig: Die Beschreibung sollte natürlich klingen. Stopfe nicht einfach Suchbegriffe hinein. Google und echte Kunden sollen verstehen, was du machst.

7 Website mit UTM-Parametern hinterlegen

Mach den Website-Link in deinem Profil messbar. Mit UTM-Parametern erkennst du später in Google Analytics, ob Besucher über dein Unternehmensprofil gekommen sind, und ob dein Profil Klicks und Anfragen bringt.

BEISPIEL-URL

deinewebsite.de/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=google_unternehmensprofil

8 Standort und Einzugsgebiet sauber eintragen

Wenn Kunden dich an deinem Standort besuchen können, trage deine echte Adresse ein. Wenn du Kunden vor Ort besuchst, etwa als Handwerker, Gebäudereiniger, mobiler Dienstleister oder Berater, kannst du stattdessen ein Einzugsgebiet hinterlegen.

WICHTIG

Verwende keine Adresse, an der dein Unternehmen nicht wirklich erreichbar ist. In der Praxis werden teilweise virtuelle Büros oder Briefkastenadressen angelegt, nur um in Zentrumsnähe zu erscheinen. Das verstößt gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und kann abgemahnt werden. Google verlangt zudem, dass Unternehmensinformationen korrekt und realitätsnah sind.

9 Öffnungszeiten realistisch eintragen

Öffnungszeiten beeinflussen, wann dein Unternehmen angezeigt wird und ob Kunden dich kontaktieren. Trage deshalb deine tatsächlichen Zeiten ein. Bist du länger erreichbar als die Konkurrenz, kann das ein Vorteil sein. Gib aber keine Zeiten an, zu denen niemand erreichbar ist. Falsche Öffnungszeiten führen zu schlechter Nutzererfahrung und können im schlimmsten Fall Probleme mit deinem Profil verursachen.

TIPP

Notiere dir deine offiziellen Öffnungszeiten sauber, denn du brauchst sie später auch für Branchenverzeichnisse, Website und Social-Media-Profile.

10 Leistungen vollständig hinterlegen

Der Bereich „Leistungen“ ist besonders wichtig. Trage dort alle Leistungen ein, die du wirklich anbietest. Nutze deine Keyword-Recherche als Ideenquelle.

Beispiel Gartenbau

- Gartengestaltung
- Gartenpflege
- Pflasterarbeiten
- Rollrasen verlegen
- Terrassenbau
- Hecken schneiden
- Baumfällung
- Bewässerungssysteme
- Einfahrt pflastern
- Vorgarten gestalten

Beispiel Elektriker

- Elektroinstallation
- Sicherungskasten erneuern
- Wallbox installieren
- Beleuchtung installieren
- Smart-Home-Installation
- Netzwerktechnik
- Fehlerdiagnose
- Altbausanierung Elektrik

Frage dich bei jedem Eintrag: **Biete ich diese Leistung wirklich an?**

11 Profil und Website verbinden

Dein Google Unternehmensprofil sollte zu deiner Website passen. Wenn du im Profil Leistungen angibst, sollten diese auch auf deiner Website vorkommen. Gibst du zum Beispiel „Wallbox Installation“ an, sollte es dazu mindestens einen passenden Abschnitt oder eine eigene Unterseite geben. Das hilft Google, dein Angebot zu verstehen, und Besucher landen nach dem Klick auf einer passenden Seite.

TIPP

Erstelle nicht für jeden kleinen Begriff eine eigene Seite. Eine Unterseite lohnt sich vor allem, wenn es eine klare Suchintention gibt und die Leistung wichtig genug ist.

TEIL 3

Aktivität zeigen & Vertrauen aufbauen

Kapitel 12-15: Fotos, Beiträge, Produkte und Social Media

12 Fotos und Videos regelmäßig hochladen

Fotos sind einer der wichtigsten Vertrauensfaktoren im Google Unternehmensprofil. Lade regelmäßig passende Bilder hoch. Für Handwerker sind Vorher-Nachher-Bilder besonders stark, denn sie zeigen sofort, was du kannst.



Team



Vorher / Nachher



Arbeitsergebnisse



Fahrzeuge



Baustellen



Räume & Produkte

TIPP

Schau dir an, wie viele Fotos deine Konkurrenz hat. Wenn die besten Wettbewerber 80 Fotos haben und du nur 5, solltest du hier aufholen.

13 Beiträge nutzen

Mit Beiträgen veröffentlichst du Angebote, Neuigkeiten oder hilfreiche Hinweise direkt im Profil. Gute Themen: aktuelles Projekt, Vorher-Nachher-Beispiel, saisonaler Tipp, Sonderaktion, häufige Kundenfrage, freie Termine oder ein Einblick in den Arbeitsalltag.

BEISPIEL-BEITRAG

Der Frühling ist die beste Zeit, um den Garten neu zu planen. Wir unterstützen Sie bei Gartengestaltung, Rollrasen, Pflasterarbeiten und Terrassenbau in Augsburg und Umgebung. Jetzt Beratung anfragen.

Ein Beitrag pro Woche ist ein guter Start.

14 Produkte nur nutzen, wenn es wirklich passt

Verkaufst du echte Produkte, etwa Fahrräder, Möbel, Pflanzen, Kosmetik, Ersatzteile, Küchen oder Schmuck, kannst du diese im Profil hinterlegen. Bei reinen Dienstleistungen solltest du vorsichtig sein: Dienstleistungen gehören in den Bereich „Leistungen“ und sollten nicht künstlich als Produkte angelegt werden.

15 Social-Media-Profile eintragen

Social-Media-Profile sind ein zusätzlicher Vertrauensfaktor. Geeignet sind zum Beispiel Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok oder Pinterest. Trage aber nur Profile ein, auf denen du wirklich aktiv bist. Ein leeres oder seit Jahren inaktives Profil wirkt eher schwach.

TEIL 4

Bewertungen als Wachstumsmotor

Kapitel 16-19: Bewertungen einholen, beantworten und natürlich aufbauen

16 Bewertungen aktiv einholen

Bewertungen sind einer der wichtigsten Faktoren für Vertrauen und lokale Sichtbarkeit. Bitte zufriedene Kunden aktiv um eine Bewertung, am besten direkt nach Abschluss eines Projekts, wenn die Zufriedenheit am höchsten ist. Bewährte Wege:

- QR-Code auf einer Karte
- QR-Code auf der Rechnung
- Bewertungslink per WhatsApp
- Link nach Projektabschluss
- Bewertungslink per E-Mail
- persönliche Bitte vor Ort

WICHTIG

Bewertungen sollten ehrlich, freiwillig und natürlich entstehen. Kaufe keine Bewertungen und übe keinen Druck aus.

KOSTENLOSE VORLAGE

Wir haben eine fertige Vorlage zum Einholen von Bewertungen erstellt, die du gerne haben kannst. Schreib uns einfach eine kurze Mail an kontakt@consulting-eberle.de und wir senden sie dir kostenlos zu.

17 Bewertungsvorlage für Kunden

Du kannst Kunden eine kleine Hilfestellung geben, ohne ihnen den Inhalt vorzuschreiben:

VORLAGE ZUM KOPIEREN

Vielen Dank für die Zusammenarbeit! Wenn Sie zufrieden waren, freuen wir uns sehr über eine kurze Google-Bewertung. Besonders hilfreich ist es, wenn Sie kurz beschreiben, welche Leistung wir für Sie umgesetzt haben und wie Sie die Zusammenarbeit erlebt haben.

Hilfreiche Leitfragen für Kunden: Welche Leistung wurde umgesetzt? Was hat Ihnen besonders gefallen? Wie war die Kommunikation? Wie war das Ergebnis? Würden Sie uns weiterempfehlen?

18 Auf Bewertungen antworten

Antworte auf möglichst jede Bewertung. Bei positiven Bewertungen reicht eine kurze, persönliche Antwort. So sieht das im Idealfall aus:



Markus H.

★★★★★ vor 2 Wochen

Terrassenbau und Rollrasen wurden sauber und zuverlässig umgesetzt. Kommunikation war jederzeit klar. Absolute Empfehlung!

Antwort des Inhabers

Vielen Dank für die tolle Bewertung! Es freut uns sehr, dass Sie mit unserer Arbeit zufrieden sind.

Eine Antwort zeigt allen Mitlesenden: Hier kümmert sich jemand.

TIPP

Platziere in jeder Antwort geschickt 1-2 passende Suchbegriffe, zum Beispiel die umgesetzte Leistung und deinen Ort: „Vielen Dank! Es freut uns, dass Sie mit Ihrem neuen Terrassenbau in Augsburg zufrieden sind.“ Wichtig: natürlich und unaufdringlich, nicht in jede Antwort dieselben Begriffe stopfen.

Bei kritischen Bewertungen: ruhig und professionell bleiben.

ANTWORT AUF KRITIK

Vielen Dank für Ihr Feedback. Es tut uns leid, dass Sie nicht vollständig zufrieden waren. Wir nehmen Ihre Rückmeldung ernst und möchten den Fall gerne intern prüfen. Bitte kontaktieren Sie uns direkt, damit wir gemeinsam eine Lösung finden können.

WICHTIG

Niemals emotional, aggressiv oder rechtfertigend reagieren, denn andere potenzielle Kunden lesen mit.

19 **Bewertungen natürlich aufbauen**

Mehr Bewertungen sind gut. Ein unnatürlicher Anstieg kann aber auffällig wirken. Hat deine Konkurrenz 40 Bewertungen, musst du nicht an einem Tag 40 sammeln. Untersuche stattdessen, wie viele Bewertungen deine Konkurrenz pro Monat bekommt. Als Faustregel kannst du das 2- bis 3-Fache davon pro Monat aufbauen, ohne auffällig zu wirken. Besser ist ein kontinuierlicher Aufbau: jede Woche neue Bewertungen, nach echten Aufträgen, mit unterschiedlichen Kundenstimmen, natürlichen Texten und regelmäßigen Antworten. So baust du langfristig Vertrauen auf.

TEIL 5

Strategie, Analyse & Pflege

Kapitel 20–24: Konkurrenz, Verzeichnisse, typische Fehler und deine Routine

20 Konkurrenz analysieren

Schau dir regelmäßig die Unternehmen an, die bei deinen wichtigsten Suchbegriffen oben stehen, und prüfe:

- Welche Hauptkategorie nutzen sie?
- Wie viele Bewertungen haben sie?
- Wie gut sind die Bewertungen?
- Wie viele Fotos haben sie?
- Wie regelmäßig posten sie?
- Welche Leistungen stehen im Profil?
- Haben sie eine starke Website?
- Sind Social-Media-Profile verknüpft?

Dein Ziel ist nicht, alles blind zu kopieren, sondern zu verstehen, warum diese Unternehmen sichtbar sind und wo du besser werden kannst.

21 Branchenverzeichnisse und Erwähnungen nutzen

Google prüft nicht nur dein Profil, auch externe Erwähnungen helfen. Achte darauf, dass Unternehmensname, Adresse, Telefonnummer, Website, Öffnungszeiten, Beschreibung und Kategorie überall möglichst einheitlich sind: auf deiner Website, im Unternehmensprofil und in wichtigen Verzeichnissen.

- Das Örtliche
- Gelbe Seiten
- 11880
- Wer kennt den Besten
- Facebook, Instagram, LinkedIn
- lokale Vereins- & Partnerseiten
- regionale Presse
- Branchen- & Fachportale

22 Häufige Fehler vermeiden

Ein Google Unternehmensprofil ist keine einmalige Aufgabe, sie muss gepflegt werden. Diese Fehler sehen wir am häufigsten:

- falsche Hauptkategorie
- unvollständiges Profil
- keine Fotos
- keine Bewertungen
- keine Antworten auf Bewertungen
- falsche Öffnungszeiten
- unpassende Adresse
- keine Website-Verknüpfung
- Leistungen nicht eingetragen
- Profil wird nie wieder gepflegt
- Name mit Keywords überladen
- leere Social-Media-Profile

23 Deine einfache Pflegeroutine

Damit dein Profil aktiv bleibt, reicht oft eine einfache Routine:

JEDE WOCHE

- einen Beitrag veröffentlichen
- 1-3 Bilder hochladen
- neue Kunden um Bewertung bitten
- auf Bewertungen antworten
- Anfragen prüfen

JEDEN MONAT

- Leistungen prüfen
- Öffnungszeiten prüfen
- Konkurrenz vergleichen
- Fotos ergänzen
- Website-Klicks auswerten
- Profilstatistiken ansehen

ALLE 3 MONATE

- Kategorien prüfen
- Beschreibung überarbeiten
- Website mit Profil abgleichen
- neue Unterseiten planen
- Branchenverzeichnisse aktualisieren

24 Die wichtigste Regel

Pflegen, pflegen, pflegen. Ein gutes Google Unternehmensprofil entsteht nicht an einem Tag. Die besten Ergebnisse kommen durch saubere Einrichtung, regelmäßige Aktivität, echte Bewertungen, gute Fotos und eine passende Website. Wenn du dein Profil ernst nimmst, gewinnst du darüber mehr Sichtbarkeit, mehr Vertrauen und mehr lokale Anfragen.

BONUS

Deine Checkliste zum Abhaken

Drucke diese Seite aus und arbeite Punkt für Punkt durch

Basis

- Profil erstellt oder übernommen
- Profil verifiziert
- richtiger Unternehmensname eingetragen
- passende Hauptkategorie gewählt
- zusätzliche Kategorien geprüft
- Beschreibung ausgefüllt

Inhalte & Bilder

- Logo hochgeladen
- Titelbild hochgeladen
- mindestens 10 Fotos hochgeladen
- erste Beiträge veröffentlicht

Daten & Verknüpfung

- Telefonnummer eingetragen
- Website verlinkt
- UTM-Link genutzt
- Adresse oder Einzugsgebiet korrekt
- Öffnungszeiten korrekt
- Leistungen vollständig eingetragen
- Social-Media-Profile hinterlegt

Bewertungen & Pflege

- Bewertungslink erstellt
- QR-Code für Bewertungen erstellt
- auf Bewertungen geantwortet
- Website-Inhalte mit Leistungen abgeglichen
- wichtigste Konkurrenz analysiert
- Branchenverzeichnisse geprüft
- monatliche Pflegeroutine festgelegt

Brauchst du Hilfe?

Wenn du unsicher bist, welche Kategorie, Leistungen oder Begriffe für dein Unternehmen sinnvoll sind, prüfen wir dein Google Unternehmensprofil und geben dir konkrete Empfehlungen. Gerade bei lokalen Dienstleistern, Handwerkern, Praxen, Coaches und kleinen Unternehmen macht eine saubere Optimierung schnell einen Unterschied.

Melde dich gerne, wenn du Fragen hast oder dein Profil professionell optimieren lassen möchtest.

KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH

Eberle Consulting

SEO-first-Agentur & Online-Marketing aus Augsburg

E-Mail	kontakt@consulting-eberle.de
Telefon	+49 821 65042847
Web	consulting-eberle.de
Adresse	Neufnachweg 6, 86165 Augsburg