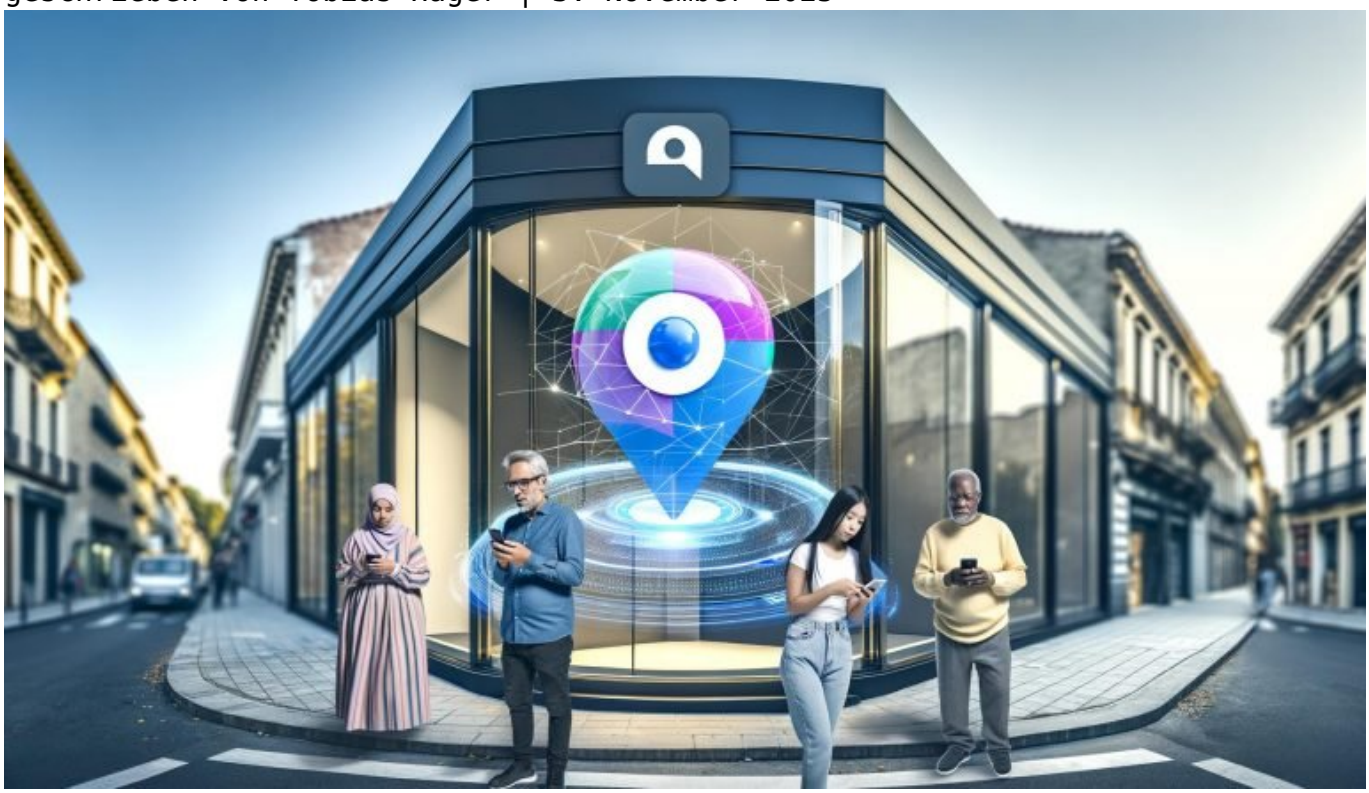
Location Extensions

geschrieben von Tobias Hager | 3. November 2025



Location Extensions: Lokale Sichtbarkeit für Ads – Der Turbo für regionale Präsenz

Location Extensions – oder auf Deutsch: Standorterweiterungen – sind eine Funktion in Google Ads (früher Google AdWords) und Microsoft Advertising, mit der Unternehmen ihre physische Adresse, Öffnungszeiten, Telefonnummer und einen Link zur Navigation direkt in ihren Anzeigen ausspielen können. Klingt nach nettem Bonus? Weit gefehlt. Location Extensions sind das Must-have für jedes Unternehmen mit stationärem Bezug. Sie machen aus anonymen Werbeanzeigen gezielte Wegweiser ins Ladengeschäft – und das ohne Umweg. In diesem Glossar-Artikel erfährst du, warum Location Extensions das Schweizer Taschenmesser für Local SEA sind, wie sie funktionieren und wie du sie technisch und strategisch richtig einsetzt.

Autor: Tobias Hager

Location Extensions: Funktionsweise, technische Anforderungen und Integration

Location Extensions sind weit mehr als eine hübsche Adresszeile unterhalb der Anzeige. Sie sind ein dynamisches Feature, das Daten aus deinem Google Unternehmensprofil (früher Google My Business) oder Microsoft Unternehmensprofil zieht und in Echtzeit mit deinen Anzeigen verknüpft. Sobald jemand nach einem relevanten Keyword in deiner Region sucht, zeigt deine Anzeige neben Text und Call-to-Action auch gleich die Adresse, Entfernung, Kartenlink und ggf. Öffnungszeiten an.

Technisch basiert die Einbindung der Location Extensions auf einer Verknüpfung zwischen deinem Werbekonto und dem Unternehmensprofil. Bei Google Ads läuft das über die Standortfreigabe in der Konto-Verwaltung. Wichtig: Die Daten im Google Unternehmensprofil müssen korrekt, aktuell und vollständig gepflegt sein. Inkonsistenzen führen zu abgelehnten Erweiterungen oder, schlimmer noch, zu falschen Standorten in Anzeigen.

Die Integration ist kein Hexenwerk, aber auch nicht trivial. Du brauchst:

- Ein aktives Google oder Microsoft Unternehmensprofil mit verifizierter Adresse
- Die Verknüpfung zwischen Ads-Konto und Unternehmensprofil (Zugriffsrechte beachten!)
- Mindestens eine laufende Kampagne in Such- oder Displaynetzwerk
- Freigabe der Standorterweiterung auf Konto-, Kampagnen- oder Anzeigengruppenebene

Location Extensions funktionieren auf allen Geräten, werden aber besonders prominent in mobilen Suchergebnissen ausgespielt. Hier können Nutzer direkt eine Navigation starten oder das Geschäft anrufen (Click-to-Call), was die Conversionrate massiv steigert.

Warum Location Extensions im Online-Marketing unverzichtbar sind

Wer denkt, Location Extensions wären nur etwas für den Tante-Emma-Laden um die Ecke, liegt maximal daneben. Selbst für nationale Ketten, Franchise-Systeme oder Filialisten sind sie ein strategischer Gamechanger. Der Grund ist simpel: Sie verbinden die digitale Suche mit dem realen Geschäft. Stichwort: O2O (Online-to-Offline)-Tracking.

Die Vorteile von Location Extensions im Überblick:

- Höhere Sichtbarkeit: Anzeigen mit Standorterweiterung fallen optisch mehr auf und bieten direkt relevante Infos. Das erhöht die Klickrate (CTR) signifikant.
- Relevanz & Personalisierung: Nutzer bekommen den nächstgelegenen Standort ausgespielt – inklusive Entfernung, Öffnungszeiten und direkter Routenführung.
- Mehr Conversions: Mit einem Klick kann der Nutzer anrufen oder sich navigieren lassen. Besonders bei „Near me"-Suchanfragen (z. B. „Bäckerei in der Nähe") ist das ein Conversion-Booster.
- Synergien mit anderen Erweiterungen: Location Extensions lassen sich mit Anruferweiterungen, Angebotserweiterungen und Lead-Formularen kombinieren.
- Lokale Gebotsanpassungen: Werbetreibende können Gebote für Nutzer in der Nähe ihrer Standorte erhöhen (Geo-Targeting und Radius-Targeting), was die Effizienz der Kampagnen steigert.

Location Extensions sind damit das Bindeglied zwischen SEA und Local SEO. Sie sorgen nicht nur für mehr Traffic im Store, sondern liefern über die Google Ads Berichte auch Insights, wie viele Nutzer tatsächlich einen Standort besucht haben („Store Visits"). Diese Daten sind Gold wert für die Erfolgsmessung im lokalen Marketing.

Best Practices: Optimale Nutzung und Fehlervermeidung bei Location Extensions

Wer Location Extensions nur „irgendwie" einrichtet, verschenkt Potenzial. Für maximale Performance brauchst du saubere Daten, strategischen Einsatz und ein Auge fürs Detail. Die typischen Fehler sind erschreckend banal – und trotzdem Alltag im deutschen Mittelstand.

Checkliste für erfolgreiche Location Extensions:

1. Datenkonsistenz: Die Angaben im Unternehmensprofil (Adresse, Öffnungszeiten, Name) müssen exakt mit deiner Website und anderen Plattformen (NAP-Konsistenz) übereinstimmen. Inkonsistenzen führen zu Rankingverlusten und abgelehnten Erweiterungen.
2. Verknüpfung korrekt durchführen: Nur Eigentümer oder Berechtigte können Unternehmensprofile mit Ads-Konten verknüpfen. Fehlende Rechte führen zu Fehlern bei der Ausspielung.
3. Negative Standortausspielung vermeiden: Bei mehreren Filialen: Radius-Targeting anpassen, damit Nutzer nicht zu weit entfernte Standorte angezeigt bekommen.
4. Erweiterungen kombinieren: Location Extensions funktionieren am besten mit Anruferweiterungen, Angebotserweiterungen und Sitelinks. Das steigert die Klickoptionen und die Conversionrate.

5. Standortgruppen nutzen: Für Unternehmen mit vielen Filialen empfiehlt sich das Anlegen von Standortgruppen, um gezielt Kampagnen und Anzeigen zuzuordnen.
6. Berichte auswerten: Nutze die Standortleistungsberichte in Google Ads, um zu analysieren, welche Standorte wie performen. So kannst du schwache Filialen gezielt pushen oder Budget umverteilen.

Ein weiterer Fehler: Unternehmen vergessen, Öffnungszeiten zu aktualisieren – speziell an Feiertagen oder bei Sonderaktionen. Folge: Kunden stehen vor verschlossenen Türen, die Anzeige suggeriert aber „offen“. Das killt nicht nur den Umsatz, sondern auch das Vertrauen.

Location Extensions, Local SEO und Attribution: Das perfekte Zusammenspiel

Location Extensions sind nicht isoliert zu betrachten – sie sind ein zentraler Baustein im Local-SEO- und SEA-Ökosystem. Wer Sichtbarkeit in der lokalen Suche will, muss Standortdaten sauber in allen Kanälen ausspielen und synchronisieren. Das betrifft nicht nur Google Ads, sondern auch Google Maps, Apple Maps, Bing Places, Facebook Places und branchenspezifische Plattformen.

Der Clou: Über die Integration von Location Extensions bekommst du erstmals halbwegs valide Daten zum Offline-Effekt deiner Online-Werbung. Die sogenannten „Store Visits“-Metriken basieren auf anonymisierten Standortdaten von Nutzern, die nach Kontakt mit einer Anzeige tatsächlich einen Laden besuchen. Das ist zwar kein 100-%-Tracking (Datenschutz lässt grüßen), aber im Vergleich zu klassischen Coupon-Aktionen ein echter Fortschritt in Sachen Attribution.

Location Extensions wirken synergistisch mit folgenden Maßnahmen:

- Local SEO: Optimierte Standortseiten, strukturierte Daten (LocalBusiness Schema), konsistente NAP-Daten.
- Mobile Optimierung: Schnelle, mobilfreundliche Landingpages mit klaren Kontaktoptionen.
- Bewertungsmanagement: Gute Google-Bewertungen stärken das Vertrauen und die Klickrate auf Anzeigen mit Standorterweiterung.
- Geo-Targeting: Smarte Gebotsanpassungen in Google Ads für Nutzer im direkten Umkreis.

Wer Location Extensions konsequent mit Local SEO und cleverem Kampagnenmanagement kombiniert, holt das Maximum aus jedem Euro Werbebudget – und verschafft sich einen unfairen Vorteil gegenüber der Konkurrenz, die immer noch auf den „Wir sind auch online“-Button vertraut.

Fazit: Location Extensions sind Pflicht für jedes lokal aktive Unternehmen

Location Extensions sind kein nettes Add-on, sondern Pflichtausstattung für jedes Unternehmen, das mehr als eine Website-Adresse zu bieten hat. Sie verbinden die digitale Suche mit dem realen Ladenbesuch, steigern die Sichtbarkeit, Klickrate und Conversionrate – und liefern endlich belastbare Daten zur Offline-Performance von Online-Werbung. Saubere Datenpflege, smarte Integration und strategische Nutzung sind das A und O. Wer das ignoriert, bleibt digital unsichtbar – und stationär leer.