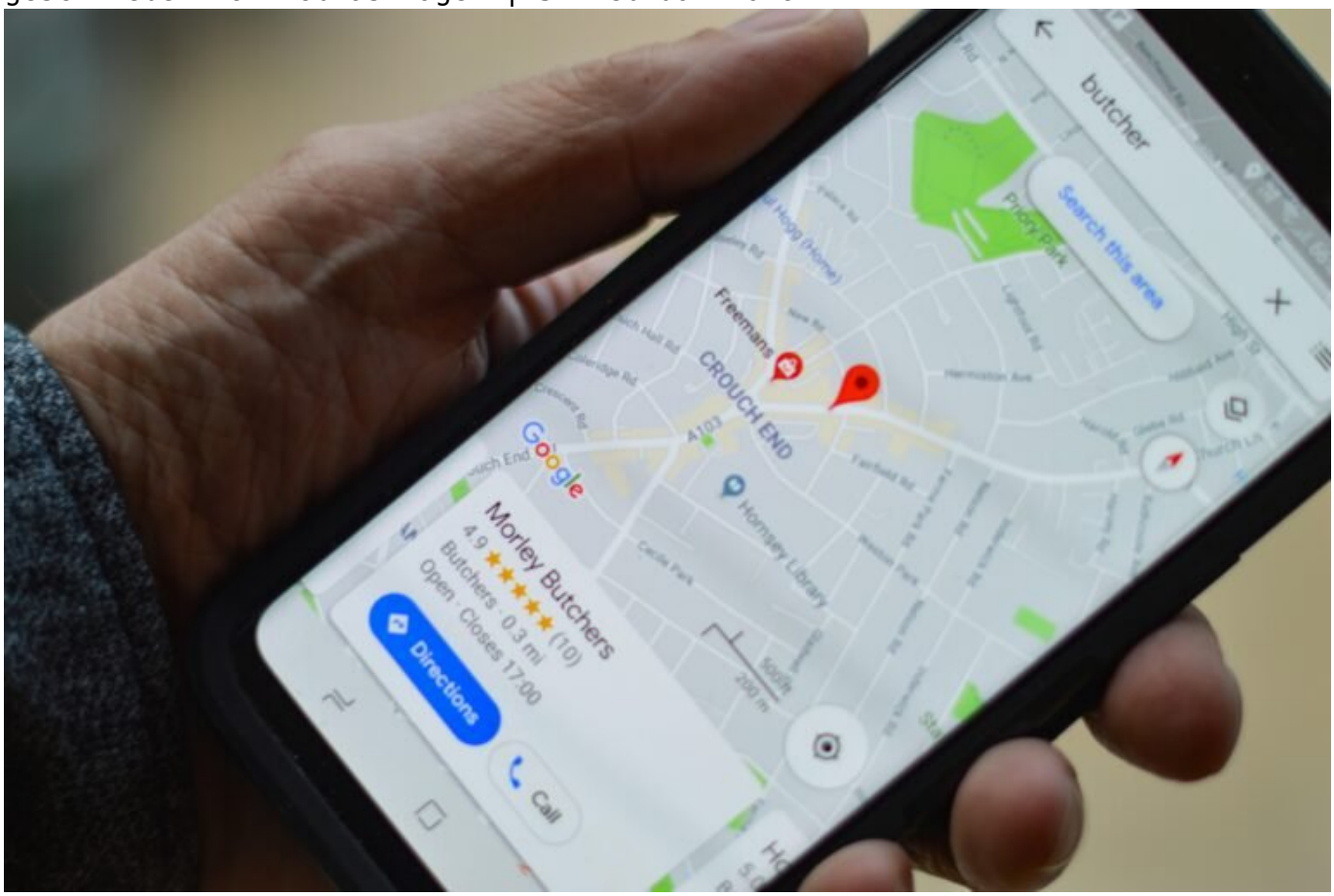
Google My: Profi-Strategien für unschlagbare Sichtbarkeit

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 5. Februar 2026



Google My: Profi-Strategien für unschlagbare Sichtbarkeit

Du willst lokal sichtbar sein, aber dein Google My Business (jetzt: Google Unternehmensprofil) dümpelt irgendwo im digitalen Niemandsland? Willkommen im Club der Unauffindbaren. In diesem Artikel zerlegen wir das Thema Google My bis auf den letzten API-Endpunkt – und zeigen dir, wie du mit einem technisch durchoptimierten Unternehmensprofil nicht nur gefunden wirst, sondern

Konkurrenz alt aussehen lässt. Kein Bullshit, keine Pseudo-Tipps – nur harte Fakten, echte Strategien und eine ordentliche Portion SEO-Power.

- Was Google My eigentlich ist – und warum es heute dein digitaler Schaufensterplatz ist
- Die wichtigsten Ranking-Faktoren für dein Google Unternehmensprofil
- Wie du dein Profil technisch und inhaltlich auf 110 % optimierst
- Warum NAP-Konsistenz kein Buzzword, sondern überlebenswichtig ist
- Welche Rolle Bewertungen, Fotos und Beiträge für deine Sichtbarkeit spielen
- Wie du mit gezieltem Local SEO und strukturierten Daten deine Konkurrenz plattmachst
- Welche Tools dir helfen – und welche du getrost ignorieren kannst
- Häufige Fehler, die Unternehmen ruinieren – und wie du sie vermeidest
- Warum Google My kein Nebenprojekt, sondern ein zentraler Umsatzkanal ist

Google Unternehmensprofil verstehen: Der unterschätzte Local SEO-Kanal

Google My Business – oder wie es seit dem Rebranding offiziell heißt: Google Unternehmensprofil – ist nicht irgendein nettes Feature. Es ist die zentrale Schnittstelle zwischen deinem Unternehmen und der lokalen Suchintention deiner potenziellen Kunden. Wer lokal sucht („in meiner Nähe“, „jetzt geöffnet“, „beste Pizzeria“) bekommt Ergebnisse aus dem Local Pack – und genau da entscheidet sich, ob du sichtbar bist oder irrelevant bleibst.

Dieses Local Pack – die berühmten drei Einträge unter der Karte – ist der heilige Gral der lokalen Sichtbarkeit. Wer dort erscheint, bekommt Klicks, Anrufe, Besuche – während der Rest der Unternehmen digital verdurstet. Und das Bittere: Die meisten Google Unternehmensprofile sind kompletter Müll. Halb ausgefüllt, veraltet, ohne Bilder, ohne Beiträge, ohne Relevanz.

Google My ist kein Verzeichnis. Es ist ein dynamischer, algorithmisch gesteuerter Content Hub, der permanent bewertet, gerankt und kontextualisiert wird. Wer das nicht versteht, hat keine Chance. Denn Google scannt dein Profil, vergleicht es mit deiner Website, mit Drittquellen, mit Nutzerbewertungen und – ja – mit deinen Wettbewerbern.

Wenn du dein Google Unternehmensprofil nicht als SEO-Kanal behandelst, sondern als “Eintrag halt”, dann verlierst du. Sichtbarkeit kommt nicht von selbst. Sie ist das Ergebnis technischer Präzision, konsistenter Datenpflege, smarter Content-Strategien und einer glasklaren Local SEO-Architektur.

Ranking-Faktoren im Google Unternehmensprofil: Das zählt wirklich

Google veröffentlicht keine vollständige Liste seiner lokalen Ranking-Faktoren – Überraschung. Aber über Jahre hinweg, durch unzählige Tests, Korrelationen und API-Analysen, haben sich drei Hauptkategorien herauskristallisiert: Relevanz, Entfernung und Bekanntheit. Doch diese Kategorien sind schwammig – deshalb hier die technischen Details, die wirklich zählen:

- NAP-Konsistenz: Name, Adresse, Telefonnummer – exakt gleich auf Website, Profil, Branchenverzeichnissen, Social Media. Keine Abweichungen, keine Abkürzungen. Wer hier schludert, verliert Vertrauen und Sichtbarkeit.
- Kategorieauswahl: Die Primärkategorie ist ein massiver Rankingfaktor. Wenn du "Webdesigner" bist, aber "Marketingagentur" auswählst, bist du raus aus dem Spiel. Sekundärkategorien helfen, aber nur, wenn sie relevant sind.
- Bewertungen: Quantität, Qualität, Frequenz. 50 5-Sterne-Bewertungen von 2019 helfen dir nichts. Du brauchst frische, authentische, thematisch passende Bewertungen – und du musst darauf reagieren.
- Fotos und Medien: Hochwertige, aktuelle Bilder signalisieren Aktivität. Geotags in den Metadaten (ja, Google liest EXIF-Daten) sind ein unterschätzter Sichtbarkeitsboost.
- Beiträge und Updates: Regelmäßige Posts mit Keywords, Angeboten, Events erhöhen die Relevanz. Google liebt aktive Profile – und integriert die Inhalte direkt in die lokalen Suchergebnisse.
- Backlinks und Erwähnungen (Citations): Lokale Verlinkungen mit NAP-Matching wirken wie ein Vertrauenssignal. Wer in lokalen News, Blogs oder Verzeichnissen korrekt auftaucht, steigt im Local Pack.

Fazit: Sichtbarkeit im Local Pack ist keine Glückssache. Es ist ein Ergebnis aus technischer Hygiene, inhaltlicher Relevanz und konsequenter Pflege. Und ja – es ist Arbeit. Aber es ist die Art von Arbeit, die sich direkt in Besucherzahlen und Umsatz niederschlägt.

Dein Google My Business richtig optimieren – technisch, inhaltlich,

strategisch

Ein vollständig ausgefülltes Profil ist das absolute Minimum. Wer wirklich dominieren will, geht tiefer. Hier die wichtigsten Stellschrauben in der Übersicht – inklusive technischer Optimierungstipps:

1. Strukturierte Daten auf deiner Website
   Implementiere LocalBusiness-Schema via JSON-LD, mit exakten NAP-Daten, Öffnungszeiten, Geo-Koordinaten und Verknüpfung zur Google Maps URL.
2. UTM-Parameter für Google My Links
   Verlinke aus deinem Profil zur Website mit UTM-Tracking (z.B. utm_source=google&utm_medium=local&utm_campaign=gmb), um Traffic sauber zu messen.
3. Regelmäßige GMB-Posts mit Keywords
   Nutze die Beitragsfunktion mindestens einmal pro Woche. Verwende lokale Suchbegriffe, Call-to-Actions und verlinke auf Landingpages.
4. Geo-optimierte Bilder hochladen
   Bilder mit eingebetteten GPS-Koordinaten (EXIF) aus deiner Region helfen, lokale Relevanz zu steigern. Tools wie GeoImgr helfen bei der Vorbereitung.
5. Bewertungen strategisch einsammeln
   Nutze QR-Codes, E-Mail-Funnels oder Review-Automation, um authentische Bewertungen zu erhalten. Antworte auf jede einzelne – auch auf negative.

Zusätzlich solltest du regelmäßig prüfen, ob dein Profil durch Nutzer bearbeitet wurde – ja, das geht. Google erlaubt es jedem User, Änderungen vorzuschlagen – und übernimmt diese manchmal sogar ohne dein Zutun. Kontrolle ist Pflicht.

NAP-Konsistenz: Der unsichtbare Killer deiner lokalen Sichtbarkeit

NAP steht für Name, Address, Phone – und ist die Grundlage jeder lokalen Suchmaschinenoptimierung. Klingt banal, ist aber in der Realität ein Minenfeld. Denn sobald dein Unternehmen in mehreren Verzeichnissen auftaucht (was du willst), beginnt der Wildwuchs. Unterschiedliche Schreibweisen, alte Telefonnummern, abweichende Adressen – und Google bekommt einen Datenkater.

Google nutzt maschinelles Entity Matching, um Unternehmensdaten zu validieren. Wenn dein Name auf Yelp leicht anders ist als auf deiner Website, kann das als separates Unternehmen gewertet werden. Das Ergebnis: Vertrauensverlust, Rankingverlust, Sichtbarkeitsverlust. Kurz: Game over.

Deshalb gilt: Einheitlichkeit ist kein Nice-to-have, sondern Pflicht. Und das bedeutet nicht nur, dass du überall die gleiche Adresse angibst – sondern exakt dieselbe Schreibweise. Keine Abkürzungen, keine Varianten, keine

Fantasie-Telefonnummern.

Tools wie Whitespark, BrightLocal oder semrush helfen dir, deine NAP-Konsistenz zu prüfen und zu managen. Aber am Ende ist es Handarbeit. Du musst wissen, wo du überall gelistet bist – und du musst bereit sein, jede einzelne Quelle zu korrigieren.

Bewertungen, Fotos, Beiträge: Die Content-DNA deines Profils

Wer denkt, dass Google My ein statisches Profil ist, hat das Konzept nicht verstanden. Es ist ein dynamischer Content-Kanal, und Google liebt frische, relevante, lokal kontextualisierte Inhalte. Und genau deshalb musst du regelmäßig liefern.

Bewertungen: Sie sind das neue Gold im Local SEO. Aber nicht irgendeine Bewertung – sondern thematisch relevante, authentische, am besten mit Keywords. Du kannst Bewertungen nicht fälschen (zumindest nicht langfristig), aber du kannst den Prozess zur Generierung systematisieren. Automatisierte E-Mails, QR-Codes im Geschäft, Follow-up-Sequenzen – alles erlaubt, solange es ehrlich bleibt.

Bilder: Kein Profilbild von 2017, keine verpixelten Logos. Du brauchst aktuelle, hochwertige, geotaggte Bilder. Google erkennt, wann ein Bild aufgenommen wurde, ob es authentisch ist, und ob es Mehrwert bietet. Je mehr visuelle Relevanz, desto besser.

Beiträge: Nutze jede Woche neue GMB-Posts. Angebote, Produkt-Highlights, Events, News – alles, was lokal relevant ist, gehört da rein. Nutze Keywords, klare Call-to-Actions und verlinke auf relevante Landingpages.

Und ja – all diese Inhalte werden indexiert, bewertet und beeinflussen dein Ranking. Wer das ignoriert, hat das Spiel nicht verstanden.

Fazit: Google My ist dein lokaler Performance-Kanal – wenn du’s ernst meinst

Google Unternehmensprofile sind längst keine digitale Visitenkarte mehr. Sie sind ein hochrelevanter, algorithmisch bewerteter Kanal für lokale Sichtbarkeit, der direkten Einfluss auf deinen Umsatz hat. Wer sein Profil strategisch, technisch und inhaltlich beherrscht, dominiert das Local Pack – und damit die lokale Suche.

Die meisten Unternehmen behandeln Google My wie ein Nebenprojekt. Dabei ist es längst das neue lokale SEO. Wer hier schlampig arbeitet, verliert – und

zwar direkt messbar. Wer es richtig macht, gewinnt Sichtbarkeit, Kunden und Marktanteile. Also: Hör auf, dein Profil zu ignorieren. Fang an, es zu dominieren. Willkommen in der Realität von 404.