LMMeier Life Moments

SCHRITT-FÜR-SCHRITT-RATGEBER FÜR KMU

Google-Profil in 60 Minuten

Ihr Google-Unternehmensprofil Schritt für Schritt einrichten, richtlinienkonform und vollständig. Mit Vorlagen für Bewertungen und einem Beitragsplan für zwölf Monate.

LMMeier Life Moments, Kollektivgesellschaft · Oberneuhofstrasse 8 · 6340 Baar ZG · lmmeier.ch · Ausgabe Oktober 2026

Inhalt

Worum es geht

Vor der Stunde: Unterlagen sammeln

Bevor Sie anfangen: drei Regeln, die das Profil kosten können

Minute 0 bis 10: Eintrag finden und übernehmen

Minute 10 bis 20: Name, Kategorien, Kontakt

Minute 20 bis 30: Öffnungszeiten für ein ganzes Jahr

Minute 30 bis 40: Leistungen und Beschreibung

Minute 40 bis 50: Fotos

Minute 50 bis 60: Bewertungslink und erster Beitrag

Bewertungen: fragen und antworten

Beiträge: was sie leisten und was nicht

Der Beitragsplan für zwölf Monate

15 Minuten pro Woche

Messen

Wenn Sie es abgeben möchten

Quellen

Worum es geht

Wer in der Schweiz nach einem Coiffeur, einer Garage oder einer Treuhänderin «in der Nähe» sucht, sieht bei Google oft zuerst eine Karte mit einigen Einträgen: Name, Bewertungen, Öffnungszeiten, Telefonnummer. Diese Einträge sind Google-Unternehmensprofile. Für viele lokale Betriebe sind sie der erste Kontakt mit einer neuen Kundin, noch bevor jemand die Website öffnet.

Das Profil ist kostenlos. Es einzurichten ist nicht schwierig, aber es gibt einige Regeln, die man kennen muss, und viele kleine Felder, die man leicht vergisst. Dieser Ratgeber führt Sie in einer vorbereiteten Stunde durch alles, was zählt. Danach genügen etwa 15 Minuten pro Woche, und für die Beiträge der nächsten zwölf Monate finden Sie 24 Vorlagen.

Was dieser Ratgeber nicht verspricht

Google entscheidet selbst, wann welcher Eintrag erscheint. Laut Google zählen dafür vor allem Relevanz, Entfernung und Bekanntheit, und ein besseres Ranking lässt sich nicht kaufen (Quelle 1). Niemand kann Ihnen einen Platz in der Karte zusichern. Was Sie in der Hand haben: ein vollständiges, korrektes, gepflegtes Profil. Das ist die Voraussetzung, nicht die Garantie.

Ein Hinweis zu Menüs und Bezeichnungen

Google ändert die Oberfläche des Unternehmensprofils regelmässig. Menüpunkte heissen manchmal anders oder liegen an einem anderen Ort als hier beschrieben. Die Schritte bleiben dieselben. Wenn Sie einen Punkt nicht finden, suchen Sie in der Google-Hilfe nach dem Begriff in diesem Ratgeber.

Vor der Stunde: Unterlagen sammeln

Nehmen Sie sich am Vortag 15 Minuten, um alles bereitzulegen. Die Stunde selbst wird dann zur reinen Eingabe.

- [ ] Google-Konto, mit dem das Profil verwaltet werden soll. Am besten ein Konto des Betriebs, nicht das private Konto einer Mitarbeiterin.
- [ ] Offizieller Name des Betriebs, genau so, wie er auf Schild, Briefpapier und Rechnung steht
- [ ] Adresse, oder die Liste der Gemeinden und Regionen, in denen Sie Kundschaft besuchen
- [ ] Telefonnummer, Website-Adresse, falls vorhanden Link zur Online-Terminbuchung
- [ ] Reguläre Öffnungszeiten
- [ ] Feiertage und Betriebsferien der nächsten zwölf Monate. Die Feiertage Ihres Kantons finden Sie auf dessen Website, für den Kanton Zug auf zg.ch.
- [ ] Liste Ihrer Leistungen oder Produkte, mit je einem Satz

- [ ] Zehn eigene Fotos (Liste in Minute 40 bis 50), auf dem Handy oder Computer bereit
- [ ] Handy in der Nähe, falls Google per Anruf, SMS oder Video bestätigen will

Bevor Sie anfangen: drei Regeln, die das Profil kosten können

Google prüft Profile und kann sie sperren. Die meisten Sperren gehen auf drei Fehler zurück.

Regel 1: Die Adresse muss ein echter Arbeitsort sein

Google verlangt, dass ein Profil für den tatsächlichen Standort des Betriebs erstellt wird. Für eine gemietete Postanschrift ohne eigenen Betrieb, also ein virtuelles Büro, kann laut den Richtlinien kein Profil erstellt werden. Postfächer an fremden Standorten sind ebenfalls nicht zulässig (Quelle 2).

Betriebe, die Kundschaft vor Ort besuchen und keine Kundschaft empfangen (zum Beispiel ein Malerbetrieb, der von zu Hause aus arbeitet), blenden die Adresse aus und geben stattdessen ein Einzugsgebiet an. Google empfiehlt, dass dieses Gebiet in der Regel nicht weiter als etwa zwei Autostunden vom Standort reicht (Quelle 2).

ENTSCHEIDUNG: ADRESSE ODER EINZUGSGEBIET?

- [ ] **Adresse anzeigen:** Kundschaft kommt zu uns, während der Öffnungszeiten ist jemand da, ein Schild ist vorhanden.
- [ ] **Einzugsgebiet, Adresse ausgeblendet:** Wir gehen zur Kundschaft. Gebiet: _____
- [ ] **Beides:** Kundschaft kommt zu uns, und wir gehen auch zur Kundschaft. Während der Geschäftszeiten ist jemand vor Ort.
- [ ] **Keines davon passt** (zum Beispiel nur Domiziladresse): Kein Profil auf diese Adresse anlegen. Erst klären, wo tatsächlich gearbeitet wird.

Regel 2: Der Name ist der Name, sonst nichts

Der Unternehmensname im Profil muss dem tatsächlichen Namen entsprechen, wie er auf Schild, Briefpapier und Website steht. Zusätze wie Ortsnamen, Leistungen, Werbesprüche, Telefonnummern oder Öffnungszeiten sind nicht erlaubt und können zur Sperre führen (Quelle 2).

- Richtig: «Muster Haustechnik»
- Falsch: «Muster Haustechnik, Sanitär Notfall Baar Zug 24h»

Regel 3: Keine Gegenleistung für Bewertungen

Sie dürfen Kundschaft um eine Bewertung bitten, mit einem Link oder einem QR-Code. Kostenlose oder vergünstigte Produkte oder Leistungen als Gegenleistung für eine Bewertung sind streng verboten (Quelle 3). Auch Bewertungen von Inhabern, Mitarbeitenden oder Familienmitgliedern sind keine echten Kundenerfahrungen und gehören nicht ins Profil.

> Ein vollständiges, ehrliches Profil ist mehr wert als jeder Trick. Tricks kosten im schlechtesten Fall das ganze Profil.