

Google-Unternehmensprofil gesperrt?

Prüfen. Korrigieren. Einspruch vorbereiten.

Ein Arbeitsheft in einfacher Sprache für Betriebe, die das selbst erledigen wollen. Sechs Schritte, für jeden Schritt eine Checkliste, ein Blatt für Ihren Fall, eine Liste der Nachweise und ein fertiger Text für den Einspruch.

Für Handwerk und kleine Betriebe

Ohne Fachsprache

Zum Ausdrucken

Ingo Gross · Profilexperte

Ich unterstütze Unternehmen im offiziellen Google-Hilfeforum bei Fragen zu Unternehmensprofilen.

Version 1.3 · Stand 27. Oktober 2026

Unabhängiges Angebot. Nicht von Google beauftragt, herausgegeben oder zertifiziert. Dieser Leitfaden hilft bei der Vorbereitung und verspricht keine Wiederherstellung. Google entscheidet über den Einspruch.

ÜBERBLICK

Der Ablauf in sechs Schritten

Die Reihenfolge ist das Wichtigste in diesem Heft. Erst prüfen und reparieren, dann Einspruch. Wer zuerst Einspruch einlegt und danach ändert, bekommt dieselbe Ablehnung noch einmal.

- 1 **Nachsehen, was dasteht**
Steht dort „gesperrt“, „Konto eingeschränkt“ oder „bitte bestätigen“? Das sind drei verschiedene Dinge.
 - 2 **Profil durchgehen**
Name, Kategorie, Beschreibung, Adresse, Telefon, Website, Öffnungszeiten, Doppelprofile, Berechtigung.
 - 3 **Das Falsche reparieren**
Nur das, was wirklich falsch ist. Nichts ändern, weil es vielleicht helfen könnte.
 - 4 **Papiere zusammenlegen**
Dokumente, auf denen Name und Adresse stehen. Fertig, bevor der Einspruch beginnt.
 - 5 **Einspruch abschicken**
Einmal, sachlich, bezogen auf genau diese Entscheidung.
 - 6 **Nachhalten**
Status verfolgen. Kein zweites Profil nebenbei anlegen.
-

Inhalt

Schritt 1 · Nachsehen, was dasteht	3
Mit Blatt für Ihren Fall	
Schritt 2 · Name, Kategorie, Beschreibung	4
Die drei Angaben, die am häufigsten Ärger machen	
Schritt 2 · Adresse und Einzugsgebiet	5
Wann die Adresse sichtbar sein darf	
Schritt 2 · Telefon, Website, Zeiten, Doppelprofile	6
Der Rest des Profils	
Schritt 3 · Reparieren	7
Was Sie ändern – und was Sie stehen lassen	
Schritt 4 · Nachweise	8
Welche Papiere Google sehen will	
Schritt 5 · Einspruch abschicken	9
Ablauf und Textvorlage	
Schritt 6 · Danach	11
Status, Ablehnung, was dann möglich ist	
Checkliste und Quellen	12
Alles auf einer Seite	

SCHRITT 1

Nachsehen, was dasteht

„Mein Profil ist weg“ ist ein Ergebnis, keine Ursache. Bevor Sie irgendetwas anklicken, schreiben Sie auf, was Google Ihnen wirklich mitteilt.

Drei Meldungen, drei verschiedene Wege

Was im Tool steht	Was Sie tun
Profil gesperrt oder deaktiviert	Einspruch im Einspruchstool – gegen genau diese Entscheidung. Notieren Sie die Begründung und den Link zur Richtlinie, die dort steht.
Konto eingeschränkt	Zuerst gegen die Kontoeinschränkung vorgehen, über „Meine Konten“. Erst wenn das Konto wieder frei ist, gegen die Profilsperre.
Bestätigung verlangt	Das ist keine Sperrung. Prüfen Sie den Bestätigungsstatus und gehen Sie den normalen Bestätigungsweg.

Diese Unterscheidung entscheidet über alles Weitere. Ein Einspruch gegen eine bloße Bestätigungsaufforderung bringt nichts.

Bevor Sie das erste Mal klicken

- Legen Sie kein zweites Profil für denselben Betrieb an.
- Ändern Sie nichts auf Verdacht – nur Fehler, die Sie belegen können.
- Legen Sie Nachweise und Erklärung bereit, bevor der Einspruch beginnt.

Ihr Fall auf einem Blatt

Füllen Sie dieses Blatt aus und führen Sie es weiter, bis die Sache durch ist. Es ist die Grundlage für Ihre Begründung – und für jede Rückfrage.

Betrieb und Standort

Profil-ID (falls vorhanden)

Wörtliche Meldung im Tool

Datum der Entscheidung · genannte Richtlinie

Was Sie geändert haben, mit Datum

Nachweise · Datum des Einspruchs · Ergebnis

Die Profil-ID steht in den Einstellungen des Profils; die Google-Hilfe zeigt, wo genau. Tragen Sie hier keine Passwörter ein.

SCHRITT 2 · TEIL 1

Name, Kategorie, Beschreibung

Diese drei Angaben sagen, *wer* der Betrieb ist und *was* er macht. Hier passieren die meisten Fehler – und hier lassen sie sich am leichtesten beheben.

Name

Im Profil muss derselbe Name stehen wie auf dem Schild an der Tür, im Briefkopf und in der Gewerbeanmeldung. Nichts dazu, nichts weg. Nicht erlaubt sind:

- Suchwörter und Leistungslisten – „Fliesen Berger – Badsanierung Renovierung“
- Orte als Zusatz – „Fliesen Berger München“, obwohl der Ort schon in der Adresse steht
- Werbung und Superlative – „Testsieger“, „günstigste Adresse“, „24h Notdienst“
- Telefonnummer, Internetadresse, Öffnungszeiten, Sonderzeichen
- Rechtsformen wie „GmbH“, wenn sie nicht wirklich Teil des Namens sind

Kategorie

Die Hauptkategorie muss den Satz „Dieser Betrieb *ist* ein ...“ erfüllen, nicht „... *hat* auch ...“. Nehmen Sie so wenige Kategorien wie möglich und so genaue wie möglich. Kategorien sind keine Suchwörter.

Beispiel: Ein Betrieb, der Essen kocht und ausliefert, trägt „Restaurant“ ein, weil das öfter gesucht wird. Damit wirbt das Profil mit etwas, das es nicht anbietet. Richtig wären die Kategorien für Liefer- und Abholbetrieb.

Beschreibung

Die Beschreibung erklärt den Betrieb. Sie verkauft ihn nicht. Google schließt ausdrücklich aus:

- Links jeder Art – dafür gibt es das Feld „Website“
- Werbung für Aktionen und Preise („50 % Rabatt auf alles“) – dafür gibt es Beiträge
- Schlechte, unpassende oder ablenkende Inhalte
- Inhalte, die nichts mit dem Betrieb zu tun haben
- Private Daten anderer Personen

Der häufigste Irrtum: die Beschreibung als Suchmaschinen-Feld mit Stichwortketten. Das ist ein Regelverstoß – und für das Ranking zählt die Beschreibung deutlich weniger als Kategorie, Bewertungen und stimmige Angaben.

Checkliste

- ☐ Profilname mit Gewerbeanmeldung, Website und Schild verglichen
- ☐ Zusätze entfernt, die nicht zum echten Namen gehören
- ☐ Hauptkategorie am Satz „Dieser Betrieb ist ein ...“ geprüft
- ☐ Zusatzkategorien durchgesehen: sind es Leistungen statt Kategorien?
- ☐ Leistungen aus der Beschreibung ins Feld „Leistungen“ verschoben
- ☐ Links, Rabatte und Stichwortketten aus der Beschreibung entfernt

SCHRITT 2 · TEIL 2

Adresse und Einzugsgebiet

Hier entscheidet sich, ob Ihr Betrieb überhaupt ein Profil haben darf. Google prüft diese Angaben gegeneinander – und oft auch gegen das, was auf Google Maps zu sehen ist.

Ein Profil pro echtem Standort

Ein Profil gehört zu einer Adresse, an der tatsächlich gearbeitet wird. Nicht erlaubt sind:

- ein Postfach oder eine Postfach-Adresse
- ein virtuelles Büro, an dem niemand von Ihnen arbeitet
- die eigene Wohnung, wenn dort keine Kunden empfangen werden und kein Betriebssitz ist

Ein Büro in einem Coworking-Space oder in einem angemieteten Raum ist nur in Ordnung, wenn drei Dinge stimmen: Der Name steht sichtbar am Eingang, während der Öffnungszeiten sind eigene Mitarbeiter da, und Kunden werden dort auch empfangen.

Wenn Sie nur beim Kunden arbeiten

Viele Handwerksbetriebe haben keine Werkstatt mit Laufkundschaft. Dann gilt: Adresse im Profil ausblenden und ein Einzugsgebiet angeben. Die Adresse bleibt im Hintergrund gespeichert, sie steht nur nicht öffentlich.

Das Einzugsgebiet sollte in der Regel nicht mehr als etwa zwei Autostunden vom Standort entfernt sein. Was nicht funktioniert: ein zusätzliches Profil für jede Stadt, in der Sie mal einen Auftrag hatten. Das ist kein Weg zu mehr Sichtbarkeit, sondern der klassische Weg zur Sperrung.

Wenn die Adresse sichtbar ist

Dann muss am Gebäude ganzjährig ein festes Schild mit dem Betriebsnamen hängen – nicht nur ein Klingelschild, nicht nur ein Aufkleber am Briefkasten. Google prüft das im Zweifel über Fotos und den Straßenblick auf Maps.

Kurz gemerkt: Kunden kommen zu Ihnen? Adresse zeigen, Schild aufhängen. Sie fahren nur zum Kunden? Adresse verstecken, Einzugsgebiet setzen. Beides gleichzeitig geht nicht.

Nach einem Umzug

Nach dem Wechsel müssen Adresse im Profil, Schild am neuen Gebäude, Website, Impressum und die Branchenverzeichnisse auf dieselbe Adresse zeigen. Werden am neuen Standort keine Kunden empfangen, darf die Adresse nicht öffentlich stehen. Eine neue Bestätigung kann nötig sein.

Tipp: Ändern Sie die Adresse erst, wenn das Schild hängt und die Website angepasst ist. Sonst prüft Google einen Zustand, den es nicht gibt.

SCHRITT 2 · TEIL 3

Telefon, Website, Zeiten, Doppelprofile

Der Rest des Profils. Auch hier gilt: Alles muss zueinander passen. Eine einzige abweichende Nummer kann eine Prüfung auslösen.

Telefonnummer

Die Nummer muss den Betrieb direkt erreichen und von Ihnen selbst verwaltet werden. Nicht erlaubt:

- Weiterleitungsnummern, die auf ein Callcenter oder ein Handy umleiten
- Messnummern aus Werbekampagnen, die nur Anrufe zählen
- Sonderrufnummern (0900, 0180) und reine Auslandsnummern

Am besten eine örtliche Festnetznummer mit Vorwahl des Standorts. Eine überregionale Hotline wirkt bei einem Handwerksbetrieb vor Ort unglaublich – und genau das prüft Google.

Website

Im Feld „Website“ gehört eine Seite, die diesen Standort zeigt – mit Adresse, Leistungen und Kontakt. Nicht erlaubt sind Weiterleitungen auf eine andere Domain, reine Landingpages und Social-Media-Profile. Wenn Sie keine eigene Website haben: Das Feld darf leer bleiben. Ein schlechter Link ist schlechter als kein Link.

Öffnungszeiten

Tragen Sie die Zeiten ein, zu denen Kunden wirklich kommen können. Bei reiner Terminarbeit oder wechselnden Zeiten sind Öffnungszeiten oft nicht sinnvoll – dann lassen Sie sie weg oder setzen „nach Vereinbarung“.

Falsche Zeiten sind selten der Grund einer Sperrung, aber sie fallen bei der Prüfung auf, besonders nach einem Umzug.

Doppelprofile

Für denselben Standort darf nur ein Profil bestehen. Doppelte Profile entstehen durch frühere Agenturen, vergessene alte Einträge, Umzüge oder den Versuch, mehr Fläche abzudecken. Suchen Sie vor jedem neuen Profil, ob schon eines existiert – und fordern Sie es gegebenenfalls für sich an.

Berechtigung

Es kommt auf persönlichen Kundenkontakt an – im Betrieb oder beim Kunden. Ein Betrieb, der nur online verkauft und niemanden empfängt, ist grundsätzlich nicht berechtigt. Google nennt einzelne Ausnahmen; prüfen Sie Ihren Fall im Originaltext der Richtlinie.

Checkliste

- | | |
|--------------------------|--|
| ☐ | Adresse, Kartenmarkierung und Schild zeigen dasselbe |
| ☐ | Nur beim Kunden tätig? Adresse ausgeblendet, Einzugsgebiet gesetzt |
| ☐ | Telefonnummer selbst angerufen – erreicht sie den Betrieb direkt? |
| ☐ | Website im Inkognito-Fenster geöffnet – zeigt sie den Standort? |
| ☐ | Öffnungszeiten mit Website und echtem Betrieb abgeglichen |
| ☐ | Weitere Profile zum selben Standort gesucht und notiert |
| ☐ | Geschäftsmodell gegen die Berechtigungs-Richtlinie geprüft |

SCHRITT 3

Reparieren – aber gezielt

Der Einspruch prüft nur. Er repariert nichts. Steht der Fehler beim Absenden noch im Profil, bestätigt Google die Sperrung mit derselben Begründung.

Was Sie ändern – und was nicht

Was Sie finden	Was zu tun ist
Zusatz im Namen	Entfernen, zurück auf den belegten Namen. Datum notieren.
Falsche Kategorie	Auf die Kategorie umstellen, die den Betrieb als Ganzes beschreibt.
Adresse ohne Kundenempfang	Adresse ausblenden, Einzugsgebiet setzen. Das Profil bleibt bestehen.
Weitergeleitete Nummer	Die echte Nummer des Betriebs eintragen, nicht die Messnummer.
Werbung in der Beschreibung	Streichen und an die richtige Stelle setzen: Leistungen, Website oder Beitrag.
Angaben sind korrekt	Nichts ändern. Im Einspruch erklären, warum sie stimmen.

Nicht auf Verdacht ändern

Wer alles gleichzeitig umstellt, kann im Einspruch keine klare Ursache mehr nennen – und schafft neue Prüfanlässe. Ändern Sie, was nachweisbar falsch ist, und lassen Sie den Rest stehen.

Wenn der Name sich geändert hat

Kleine Änderung, gleicher Betrieb dahinter? Dann bleibt das Profil bestehen, Sie ändern nur den Namen. Bewertungen und Geschichte bleiben erhalten. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn aus „Fliesen Berger“ plötzlich „Fliesen Berger GmbH“ wird.

Ist es dagegen ein anderer Betrieb – neue Firma, anderer Inhaber, ganz anderes Angebot –, dann ist das ein neues Unternehmen. Dann wird das alte Profil als geschlossen markiert und ein neues angelegt. Den Namen im alten Profil einfach zu überschreiben, führt genau in die Lage, aus der die Sperrung kommt.

Zwei Beispiele aus dem Alltag

Der Fliesenleger. Im Profil steht „Fliesen Berger – Badsanierung, Renovierung, München“. Auf dem Schild steht „Fliesen Berger“. Also: Zusätze raus, Ort raus. Dauert zwei Minuten, und im Einspruch lässt sich danach genau benennen, was geändert wurde.

Der Elektriker. Er arbeitet nur beim Kunden und hat trotzdem seine Privatadresse im Profil stehen. Also: Adresse ausblenden, Einzugsgebiet auf die Orte setzen, in denen er wirklich fährt. Die Adresse bleibt gespeichert, sie ist nur nicht mehr öffentlich.

Mitschreiben

Notieren Sie für jede Änderung vier Dinge: welche Angabe, was vorher drinstand, was jetzt drinsteht, an welchem Tag. Diese Liste ist der Kern Ihrer Begründung. Ohne sie bleibt „ich habe alles korrigiert“ eine Behauptung.

SCHRITT 4

Nachweise zusammenlegen

Google nennt Beispiele für Nachweise, keine Pflichtliste. Entscheidend ist eines: Name und Adresse auf den Papieren müssen zu dem passen, was im Profil steht.

Was Google als Nachweis nennt

Papier	Was es zeigt
Gewerbeanmeldung oder Handelsregisterauszug	Dass es den Betrieb gibt – und wie er offiziell heißt
Gewerbeerlaubnis	Dass Sie diese Tätigkeit ausüben dürfen
Steuerbescheinigung	Dass der Betrieb steuerlich erfasst ist
Strom-, Telefon-, Wasser- oder Internetrechnung	Dass der Betrieb an dieser Adresse sitzt
Website und Impressum	Dass Name, Adresse und Kontakt überall gleich sind
Foto von Schild und Räumen	Dass der Betrieb dort sichtbar ist

Alles bereitlegen, bevor der Einspruch startet

Google beschreibt zwei Wege: Dateien direkt im Einspruch hochladen oder ein verknüpftes Nachweisformular ausfüllen. Für das Formular nennt eine Google-Hilfeseite 60 Minuten ab Einlegen des Einspruchs. Halten Sie alle Dateien fertig benannt bereit – dann sind Sie bei beiden Wegen auf der sicheren Seite.

Verlassen Sie sich nicht darauf, die Unterlagen erst nach dem Absenden zusammenzusuchen.

Wenn die Papiere anders heißen als das Profil

Häufiger Fall: Im Profil steht „Fliesen Berger“, in der Gewerbeanmeldung nur „Marco Berger“. Das ist kein Drama – aber Sie müssen es erklären. Legen Sie etwas dazu, das beide Namen verbindet: eine Rechnung, ein Mietvertrag, ein Schreiben der Krankenkasse, ein Foto vom Schild.

Ändern Sie niemals ein Dokument und erfinden Sie keine Angaben im Profil, damit es passt. Google entscheidet, ob die Nachweise reichen – nicht Sie.

Checkliste

- ☐ Papiere ausgesucht, auf denen Name *und* Adresse stehen
- ☐ Abweichungen zwischen Papieren und Profil gefunden und erklärbar gemacht
- ☐ Dateien vollständig, gut lesbar und klar benannt (z. B. „Gewerbeanmeldung_Berger.pdf“)
- ☐ Änderungen mit Datum im Fallblatt notiert
- ☐ Kurze, sachliche Erklärung vorbereitet (Schritt 5)

SCHRITT 5

Einspruch abschicken

Ein normaler Einspruch geht nur einmal. Deshalb entscheidet die Vorbereitung – nicht die Formulierung im letzten Moment.

Der Ablauf

- 1 **Tool öffnen und anmelden**
Mit dem Google-Konto, das das betroffene Profil verwaltet.
- 2 **Profil und Entscheidung auswählen**
Prüfen Sie Datum, Begründung und den Link zur Richtlinie. Das ist der Punkt, auf den Sie antworten.
- 3 **Auf „Einspruch einlegen“ klicken**
Erst danach erscheint die Möglichkeit, Nachweise anzuhängen.
- 4 **Nachweise und Text anhängen**
Vollständig, klar benannt, innerhalb der angegebenen Frist.
- 5 **Bestätigung sichern**
Datum, Vorgangsnummer und eine Kopie Ihres Textes ins Fallblatt.

Was in das Textfeld gehört

Fünf Dinge. Keine Gefühle, keine Vermutungen darüber, was der Algorithmus denkt:

1. Welcher Betrieb und welche Entscheidung gemeint ist
2. Dass Sie berechtigt sind, das Profil zu verwalten
3. Was Sie geprüft und geändert haben – mit Datum
4. Warum der Betrieb berechtigt ist: was Sie tun, wie Kunden zu Ihnen kommen
5. Welcher Nachweis was belegt

Kurz halten. Drei bis fünf Absätze reichen. Wer seitenlang schreibt, verliert den Punkt, um den es geht.

Vor dem Absenden bereitlegen

- Ihr ausgefülltes Fallblatt aus Schritt 1
- Die Nachweise als fertige Dateien, klar benannt
- Ihren Text – einmal laut vorgelesen, auf Tippfehler geprüft
- Einen Zettel für Datum und Vorgangsnummer der Bestätigung

Was Sie nicht schreiben sollten

„Ich habe keine Ahnung, warum das passiert ist.“	Klingt, als hätten Sie nichts geprüft.
„Bitte sofort freischalten, ich verliere Aufträge.“	Verständlich, aber kein Argument für die Prüfung.
„Mein Konkurrent hat mich gemeldet.“	Nur schreiben, wenn Sie es belegen können.
„Ich habe alles korrigiert.“	Zu ungenau. Schreiben Sie, was und wann.

SCHRITT 5 · VORLAGE

Der Text für den Einspruch

Ersetzen Sie die eckigen Klammern durch Ihren Fall. Alles andere können Sie so übernehmen.

Vorlage zum Abschreiben

Ich bin [Inhaber / Bevollmächtigter] des Betriebs [Name], [Tätigkeit], [Straße, PLZ Ort]. Profil-ID: [falls vorhanden].

Die im Tool genannte Richtlinie habe ich gelesen. Am [Datum] habe ich [was genau] geändert, weil [der tatsächliche Grund]. Kundenkontakt findet [im Betrieb / beim Kunden / an beiden Stellen] statt.

Beigefügt sind: [Dokument 1] – belegt [was]; [Dokument 2] – belegt [was].

Ich bitte um erneute Prüfung der Entscheidung.

So sieht es ausgefüllt aus

Ich bin Inhaber des Betriebs Fliesen Berger, Fliesen-, Platten- und Mosaikleger, Hauptstraße 12, 45678 Musterstadt. Profil-ID: 1234 5678 9012.

Die im Tool genannte Richtlinie zu Unternehmensnamen habe ich gelesen. Am 5. Oktober 2026 habe ich den Profilnamen von „Fliesen Berger – Badsanierung München“ auf „Fliesen Berger“ geändert, weil auf dem Schild, in der Gewerbeanmeldung und im Impressum nur „Fliesen Berger“ steht.

Kundenkontakt findet in meinem Betrieb in der Hauptstraße 12 statt. Meine Mitarbeiter und ich arbeiten außerdem beim Kunden vor Ort.

Beigefügt sind: Gewerbeanmeldung vom 12.03.2019 – belegt Firmenname und Adresse; Mietvertrag – belegt die Nutzung der Räume; Foto der Beschilderung – zeigt den Namen am Gebäude.

Ich bitte um erneute Prüfung der Entscheidung.

Übernehmen Sie nur Aussagen, die auf Ihren Fall zutreffen. War keine Änderung nötig, behaupten Sie auch keine.

Ihr eigener Entwurf

Schreiben Sie den Text hier einmal von Hand ab. Was Sie selbst geschrieben haben, können Sie im Tool sicher wiedergeben.

SCHRITT 6

Danach

Google nennt bis zu fünf Arbeitstage für die Prüfung. Das ist eine Orientierung, kein Versprechen.

Die vier Statusanzeigen

Status	Was er bedeutet
Eingereicht	Die Prüfung läuft. Jetzt kein zweiter Einspruch zum selben Problem und kein Ersatzprofil.
Genehmigt	Das Profil ist wieder da. Sehen Sie nach, ob alle Angaben noch stimmen.
Nicht genehmigt	Abgelehnt. Eine erneute Überprüfung ist möglich – mit Nachweisen, die beim ersten Mal fehlten.
Kein Einspruch möglich	Heißt nicht automatisch Ablehnung. Prüfen Sie Konto, Profil und Entscheidung, dann den Support kontaktieren.

Wenn der Einspruch abgelehnt wurde

Eine Ablehnung ist nicht das Ende. Aber sie ist auch kein Grund, sofort ein neues Profil anzulegen. Gehen Sie diese fünf Punkte durch:

- Darf der Betrieb überhaupt ein Profil haben?
- Stimmen Name und Adresse im Profil jetzt?
- Gibt es noch alte oder doppelte Profile?
- Waren die Nachweise eindeutig – oder zeigten sie eine andere Adresse als das Profil?
- Ist vielleicht das Konto betroffen, mit dem Sie das Profil verwalten?

Danach kommt die erneute Überprüfung über den dafür vorgesehenen Weg in Frage – mit neuen Nachweisen, die im ersten Anlauf nicht dabei waren. Derselbe Text noch einmal bringt nichts.

Mehrere Standorte

Ab mehr als zehn Profilen beschreibt Google einen Sammelweg mit einer Tabelle der Profil-IDs. Achtung: Der Status im Tool aktualisiert sich dabei nur für das ausgewählte Profil. Notieren Sie selbst, welche Standorte Sie eingereicht haben.

Unternehmen in der EU

Für Betriebe im Europäischen Wirtschaftsraum nennt Google zusätzliche Rechtsbehelfe, darunter die außergerichtliche Streitbeilegung. Das ist ein Hinweis auf diese Möglichkeit, keine rechtliche Bewertung Ihres Falls.

Wenn das Profil wieder sichtbar ist: Angaben, Leistungen, Fotos und Kontaktwege durchgehen. Die Reaktivierung stellt den alten Zustand wieder her – nicht unbedingt einen guten.

ZUM ABHAKEN

Checkliste und Quellen

Die vollständige Checkliste

- ☐ Genaue Meldung und Status notiert
- ☐ Bei Kontoeinschränkung: zuerst über „Meine Konten“ vorgegangen
- ☐ Kein zweites Profil für denselben Betrieb angelegt
- ☐ Berechtigung und Geschäftsmodell geprüft
- ☐ Name, Kategorie und Beschreibung gegen die Richtlinien geprüft
- ☐ Adresse oder Einzugsgebiet richtig eingestellt, Schild geprüft
- ☐ Website und Telefon erreichen den Betrieb direkt
- ☐ Öffnungszeiten und Doppelprofile geprüft
- ☐ Jede Änderung einzeln mit Datum notiert
- ☐ Nachweise vollständig und klar benannt bereitgelegt
- ☐ Text sachlich geschrieben, ohne unbelegte Aussagen
- ☐ Einspruch einmal abgeschickt, Bestätigung gesichert
- ☐ Status verfolgt, kein zweiter Einspruch zum selben Problem

Offizielle Google-Hilfe

Thema	Adresse
Gesperrte Profile, Einspruch	support.google.com/business/answer/4569145
Grundlegende Richtlinien	support.google.com/business/answer/3038177
Einspruch gegen Einschränkungen	support.google.com/business/answer/13597551
Berechtigung und Inhaberschaft	support.google.com/business/answer/13763036
Unternehmensadresse verwalten	support.google.com/business/answer/2853879
Einzugsgebiete	support.google.com/business/answer/9157481
Unternehmen bestätigen	support.google.com/business/answer/7107242
Profil-ID finden	support.google.com/business/answer/10737668
Support kontaktieren	support.google.com/business/gethelp

Dieser Leitfaden ersetzt keine Rechtsberatung. Maßgeblich bleiben die aktuellen Google-Richtlinien und die Hinweise im jeweiligen Tool.

Quellen geprüft am 27. Oktober 2026. Google kann Richtlinien und Abläufe ändern; maßgeblich sind die aktuelle Hilfe und die Hinweise im jeweiligen Tool.

Profilexperte · Ingo Gross · Unabhängiges Angebot, ohne geschäftliche Verbindung zu Google LLC. Kostenlos, keine Anmeldung nötig. Wenn Ihnen der Leitfaden geholfen hat: Die ausführlichen Seiten zu den einzelnen Sperrgründen finden Sie unter profilexperte.de.