

Google Maps Generator

Was ist der Google Maps Generator?

Ein Google Maps Generator ist ein hilfreiches Tool, um die bei Google hinterlegten Standortdaten ohne technisches Wissen oder andere Hilfsmittel auf der eigenen Webseite zu integrieren. Dies ist vor allem im Hinblick auf [regionales SEO](#) ein wichtiges Hilfsmittel, das zum Onlinemarketing gezählt werden kann.

Wie arbeitet ein Google Maps Generator?

Auf zahlreichen Seiten im Internet gibt es diese kostenlos erhältlichen Generatoren, die es Nutzerinnen und Nutzern leicht machen, akkurate Google-Karten in die eigene Homepage einzubinden. Beispielsweise binden Webseitenbetreiber dort den Standort Berlin ein und definieren anschließend weitere Charakteristika: Welchen Ausschnitt (in Kilometern) soll der Kartenausschnitt umfassen? Wie breit und wie hoch (in Pixeln) soll der Ausschnitt sein? Welcher Art soll das Bild sein – Satellit, Karte oder Hybrid?

Nach der Eingabe dieser Daten erzeugt der Google Maps Generator einen HTML-Code, der sich an beliebiger Stelle auf einer Webseite einbinden lässt. Dort können Besucher anschließend direkt mit der Karte interagieren, ohne einen Umweg über <https://www.google.de/maps> nehmen zu müssen. Dies bringt Vorteile hinsichtlich der [Usability](#) mit sich.

Wer nutzt einen Google Maps Generator?

Webseiten dieser Art richten sich an Webseitenbetreibende, die nicht das technische Know-how für eine manuelle Integration mitbringen und sich auf eine schnelle, einfache Lösung verlassen möchten. Nachteile entstehen nicht, Kosten fallen durch die Nutzung eines Generators nicht an. Darüber hinaus ist der Google Maps Generator sehr einfach zu nutzen. Mehr als die Angabe von Adressdaten ist nicht notwendig.

Es spielt keine Rolle, ob der Google Maps Generator im privaten oder beruflichen Rahmen genutzt wird. Er ist für jede Adresse überall der Welt – sofern sie in Googles Datenbanken vorhanden ist – verfügbar. Um das Tool zu verwenden, müssen jedoch Kosten direkt an Google entrichtet werden. Im letzten Abschnitt dieses Lexikoneintrags befinden sich nähere Informationen zu diesem Thema.

Warum ist die Integration von Google-Karten wichtig?

Vor allem Unternehmen mit einem realen Standort – und damit keine reinen Internetunternehmen – profitieren von dieser Möglichkeit. Örtliche [Landingpages](#) etwa, die Suchende aus ganz bestimmten regionalen Bereichen ansprechen wollen, können aus Sicht des Onlinemarketings eine gute Idee sein. Karten dieser Art helfen potenziellen Kunden dabei, das Geschäft vor Ort zu finden, was langfristig die Besucherfrequenz und damit die Umsätze erhöht.

Rein internetgebundene Unternehmen wie Onlineshops können Maps nutzen, um die eigene Seriosität zu steigern. Sind Standortdaten des Geschäftssitzes auf der Kontakt-Webseite hinterlegt, kann dies die Glaubwürdigkeit und Transparenz erhöhen und damit Vertrauen schaffen. Da es sich um eine nur kleine Arbeit handelt, sollten auch Internetunternehmen auf diesen Schritt zurückgreifen.

Auswirkungen auf SEO

Der Google Maps Generator und die daraus gewonnenen Karten können einen großen Einfluss auf den Erfolg regionaler Suchmaschinenoptimierung haben. Dies lässt sich einfach selbst testen: Wer “Schuhe kaufen” oder “Schuhe kaufen ” eingibt, wird automatisch eine kleine Karte ganz oben auf der [SERP](#) sehen.

Maps trägt dort automatisch diejenigen Unternehmen ein, die ihre Daten bei dem Unternehmen hinterlegen. Gute Platzierungen sind in der Regel das Resultat der erfüllten Kriterien für das Ranking. Positive Auswirkungen auf das Onlinemarketing hat Google Maps unter anderem durch die folgenden Faktoren:

- Die Adresse der Firma sollte in der Stadt liegen, nach der gesucht wird. Wer seine Adressdaten also in München ablegt, hat bessere Chancen, bei der Suche nach “Blumenhandel München” gefunden zu werden.
- Einträge sollten in die richtigen Kategorien vorgenommen werden. Wer sein Unternehmen falsch kategorisiert, wird selten bis gar nicht gefunden.
- Das Google Branchencenter macht es möglich, die eigene Adresse zu bestätigen. Dies bewahrt Maps davor, falsche Adressen zu nicht existierenden Unternehmen anzuzeigen. Eine Bestätigung dieser Art ist bürokratisch nur ein kleiner Aufwand.

– Je mehr Nutzerbewertungen, desto besser. Google begründet dies damit, dass häufig frequentierte Geschäfte im Durchschnitt wertvoller sind als weniger besuchte Läden.

Es gilt außerdem: Je mehr Informationen zu finden sind, desto besser für Google und menschliche Kundschaft. Korrekte Öffnungszeiten, Straßennamen, Telefonnummern oder Bilder sind keine Pflicht – aber sie helfen Menschen sehr. Dies führt dazu, dass auch Google diese Unternehmen besser bei der Darstellung in Maps bewertet.

Der Google Maps Generator und sein Effekt in Zahlen

Sehr viele Menschen suchen nach lokalen Informationen bzw. Unternehmen in der Nähe. So zielen 46 % aller Anfragen auf Informationen aus der Umgebung ab. Extrem wertvoll sind auch die [Conversion-Raten](#): 72 % aller Suchenden werden tatsächlich ein Geschäft betreten, solange es sich in einem Umkreis von acht Kilometern befindet, wenn sie dieses Geschäfts über die lokale Suche gefunden haben. Dieser Wert steigt noch einmal deutlich bei mobilen Nutzern: 88 % aller Anwender besuchen ein Geschäft, das unterwegs gefunden wurde, innerhalb der nächsten 24 Stunden (oder sie rufen an).

Damit ist Google Maps und somit auch ein Google Maps Generator ein Tool, das die Conversion-Raten anderer Optimierungsmöglichkeiten drastisch in den Schatten stellt. Auch der Aufwand ist überschaubar: Es geht nur um den Eintrag einiger Informationen in eine Datenbank. Dies dauert nur kurze Zeit und ist nicht mit Kosten verbunden. Die Pflege gestaltet sich ebenfalls als leicht, da sich die meisten Informationen über einen langen Zeitraum nicht verändern. Öffnungszeiten, Telefonnummern und insbesondere Straßennamen bleiben über Jahre konstant, der Wartungsaufwand ist nur minimal.

Kosten für den Google Maps Generator

Wie bereits erwähnt, ist die Verwendung des Generators nicht mit Kosten verbunden. Allerdings erhebt Google selbst Kosten für den Zugriff auf die Maps-API und damit auch die Anzeige der Karten auf einer Webseite. Im Juni 2018 wurde dieser Wert auf 2 US-Dollar für 1.000 Aufrufe der Karte benutzt. Besuchen also 10.000 Menschen eine Webseite, auf der via Generator eine Karte von Google eingebunden wurde, verursacht dies Kosten in Höhe von 20 US-Dollar. Allerdings ist Google recht nachsichtig und liefert die [ersten 200.000 Aufrufe](#) umsonst aus.

Folgen der Kosten für Webseitenbetreiber

Dies sollten Webseitenbetreiber im Hinterkopf behalten. Denn: Auf einer einzigen Landingpage oder vielleicht der Startseite eines Unternehmens bleiben die Kosten im Rahmen. Jemand, der sehr viele Landingpages zum Zweck der SEO nutzt, wird jedoch – bei großem Erfolg – mit recht hohen Kosten zu kämpfen haben. Gerade kleine Unternehmen können darunter leiden. Damit ist Google Maps kein klassisches Instrument des Onlinemarketings. Es war ursprünglich gedacht, um die [User-Experience](#) auf einer Webseite zu verbessern.

Verbesserung des Rankings

Auf einige Faktoren haben Webseitenbetreiber keinen Einfluss. Die Entfernung beispielsweise, die zwischen suchenden Personen und dem eigenen Geschäft liegt, ist nicht beeinflussbar oder veränderbar. Dies wird von Google berücksichtigt und nicht zu stark gewertet. Wichtiger sind die Relevanz und die Qualität des Unternehmens. Beispielsweise spielen die folgenden Faktoren eine Rolle:

- Lassen sich im Internet mehr Informationen über ein bestimmtes Unternehmen finden, verbessert dies das [Ranking](#). Google leitet daraus ab, dass es sich um einen Betrieb von einigem Einfluss handeln muss und sorgt für eine bessere Bewertung.
- Die Bewertungsqualität ist von Bedeutung. Unternehmen, die viele positive Bewertungen sammeln können, werden besser bewertet. Google verlässt sich dabei ausschließlich auf das hauseigene Bewertungssystem und zieht keine externen Bewertungen wie Trustpilot heran.
- Zuletzt spielt die Rolle bei der organischen Suche in den Suchergebnissen in das Ranking hinein. “Kleider kaufen Stuttgart” wäre eine solche Suche. Je besser ein Unternehmen dort platziert ist, desto stärker wirkt sich dies auf die Platzierung bei Google Maps aus.

In Zusammenarbeit mit dem Google Maps Generator kann der Kartendienst somit beeindruckendes Optimierungspotenzial entfalten. Da viele dieser Schritte ohnehin Teil des gewöhnlichen [Online-Marketings](#) sind, entsteht kein hoher, spezialisierter Aufwand.

Interaktion für verbessertes Ranking

Bis zu einem gewissen Grad bietet Google Maps Möglichkeiten für die Kundeninteraktion. Schlechte oder durchschnittliche Bewertungen lassen sich beantworten, um damit die Servicequalität zu verbessern. Dies stärkt das Vertrauen von Kunden in das Unternehmen und wird langfristig zu besseren



Bewertungen führen – was sich wiederum auf das Ranking auswirkt. Auch sollten die Bilder in regelmäßigen Abständen aktualisiert werden. Das wirkt sich auf die Aktualität und damit die Relevanz aus und ist eine gute Idee, um das Ranking zu verbessern.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX