

Anzeigen Bewertungen einbinden

Stand: 29.11.2022

Wo werden Bewertungen angezeigt?



Grundsätzlich können die – wie Google sie nennt – „Verkäuferbewertungen“ sowohl auf klassischen Desktop-PCs als auch auf mobilen Geräten wie Tablets oder Smartphones angezeigt werden. Sie stehen in der Regel mitten in der Anzeige.

Aus welchen Quellen kommen die Bewertungen?

Basis der mit bis zu 5 Sternen versehenen [Bewertungen](#) sind **Erfahrungsberichte der jeweiligen Kunden**. Die Bewertungen stammen in der Regel von Dienstleistern, bei denen Kundenbewertungen gesammelt werden. Voraussetzung ist, dass die Dienstleister von Google anerkannt sind.

Google nutzt zum Beispiel **Verkäuferbewertungen und Erfahrungsberichte**, die aus den eigenen Diensten „Google Shopping“ oder die „Google zertifizierter Händler“ resultieren. Darüber hinaus kommen auch Datenfeeds von unabhängigen Anbietern zur Anwendung. In Deutschland betrifft das unter anderem folgende Quellen:

- Ausgezeichnet.org
- eKomi
- ShopAuskunft
- Trusted Shops
- Yopi.de

Die vollständige Liste gibt es auf [Google](#) einzusehen.

Wie kommen die Sterne in meine Anzeigen?

In der Regel erfolgt das automatisch. Ein Google [Merchant Center](#) Konto ist nicht erforderlich. Google hat mehrere Bedingungen definiert, die erfüllt sein müssen. Nur wenn das der Fall ist, werden die Bewertungen in die [Anzeigen](#) eingebunden. Mit Stand vom 18.08.2014 sind das folgende Voraussetzungen:

- In der Regel müssen mindestens 30 Erfahrungsberichte vorliegen. Diese müssen von verschiedenen Nutzern stammen und dürfen nicht älter als zwölf Monate sein.

- Die Gesamtbewertung muss bei mindestens 3,5 Sternen liegen.
- Mindestens zehn Bewertungen müssen in der Sprache verfasst sein, welche die Google-Benutzeroberfläche des Suchenden aufweist. Also: Wer auf Google.de die Sterne angezeigt bekommen will, braucht mindestens zehn deutschsprachige Bewertungen.
- Die Suche muss über Google.de, Google.co.uk, Google.fr, Google.nl oder Google.com ausgeführt werden.
- Im Google AdWords Konto muss einer der genannten Typen von Kampagnen ausgewählt sein: „Suchnetzwerk mit Displayauswahl“, „Such- und Displaynetzwerk“ oder „Nur Suchnetzwerk“.

Kann ich Bewertungen wieder deaktivieren?

Ja. Wenn Sie keine Bewertungen einblenden wollen, müssen Sie diese über einen Antrag an Google deaktivieren. Mit dem gleichen Formular können Sie diese auch wieder reaktivieren. Laut Google ist die Änderung ca. eine Woche später aktiv.

Name *

Unternehmen *

AdWords-Kundennummer *

Sie können mehrere durch Kommas getrennte IDs eingeben. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie [unter](#)

Inserenten-Website *

z. B. google.de. Mehrere Einträge müssen durch Kommas getrennt werden.

E-Mail-Adresse *

Möchten Sie Verkäuferbewertungs-Erweiterungen aktivieren oder deaktivieren? *

- ☐ Aktivierung
☐ Deaktivierung

Standardmäßig sind bei dieser Funktion alle geeigneten Inserenten enthalten.

Wo erfahre ich, wie sich meine Bewertung zusammensetzt?

Falls Sie wissen wollen, wie Ihr eigener Shop bislang bewertet wurde und welche Kommentare erfasst wurden, können Sie dies unter folgendem Link tun. Dort sehen Sie nicht nur die aktuellen Bewertungen, sondern auch aus welchen Quellen sie stammen:

<http://www.google.de/products/seller?zmi=IHR-SHOP>

(ohne www)

Beispiel: Für otto.de müsste die URL wie folgt lauten:

<http://www.google.de/products/seller?zmi=otto.de>

Entstehen beim Einbinden von Bewertungen Kosten?

Direkt bei Google entstehen für das Einbinden der Erfahrungsberichte keine Kosten. Die Leistungen der Dienstleister wie **TrustedShops** oder **eKomi**, welche mit ihrem Namen für die Qualität der Bewertungen bürgen, sind jedoch kostenpflichtig.

Kosten entstehen natürlich außerdem im Rahmen Ihrer [AdWords Kampagne](#). Wenn mehr Besucher auf Ihre AdWords Anzeige klicken, bekommt Google durch die Pay-per-Klick Abrechnung mehr Geld von Ihnen. Genau das soll die Anzeigenerweiterung durch die Sterne natürlich bewirken.

Was kann ich gegen schlechte Bewertungen machen?

Google bedient sich bei den Bewertungen in der Regel der **externen Quellen**. Wenn Kunden Sie zum Beispiel auf eKomi schlecht bewerten, sollten Sie die Ursachen herausfinden und abstellen. Wenn Ihre Kunden zufrieden sind, erhalten Sie mehr positive Bewertungen und die Zahl Ihre Sterne steigt. Das zahlt sich langfristig sogar noch stärker aus, da Google nach eigenen Angaben nur Erfahrungsberichte berücksichtigt, die jünger als zwölf Monate sind.

Natürlich können Sie die Bewertungen auch vorübergehend deaktivieren. Mehr dazu finden Sie oben im Punkt „Kann ich Bewertungen wieder deaktivieren?“

Außerdem rät Google, auf Konsistenz zu achten. Unternehmensname und Website sollten in allen Bewertungs Kanälen identisch sein. Nur so kann Google alle Bewertungen bündeln und einen Durchschnitt ermitteln. Das gilt auch für Google Merchant Center-Konto, wenn Sie [Google Shopping](#) nutzen. Anderenfalls kann es passieren, dass Bewertungen für andere Unternehmen versehentlich bei Ihnen erscheinen.