Local SEO – 3 Tipps



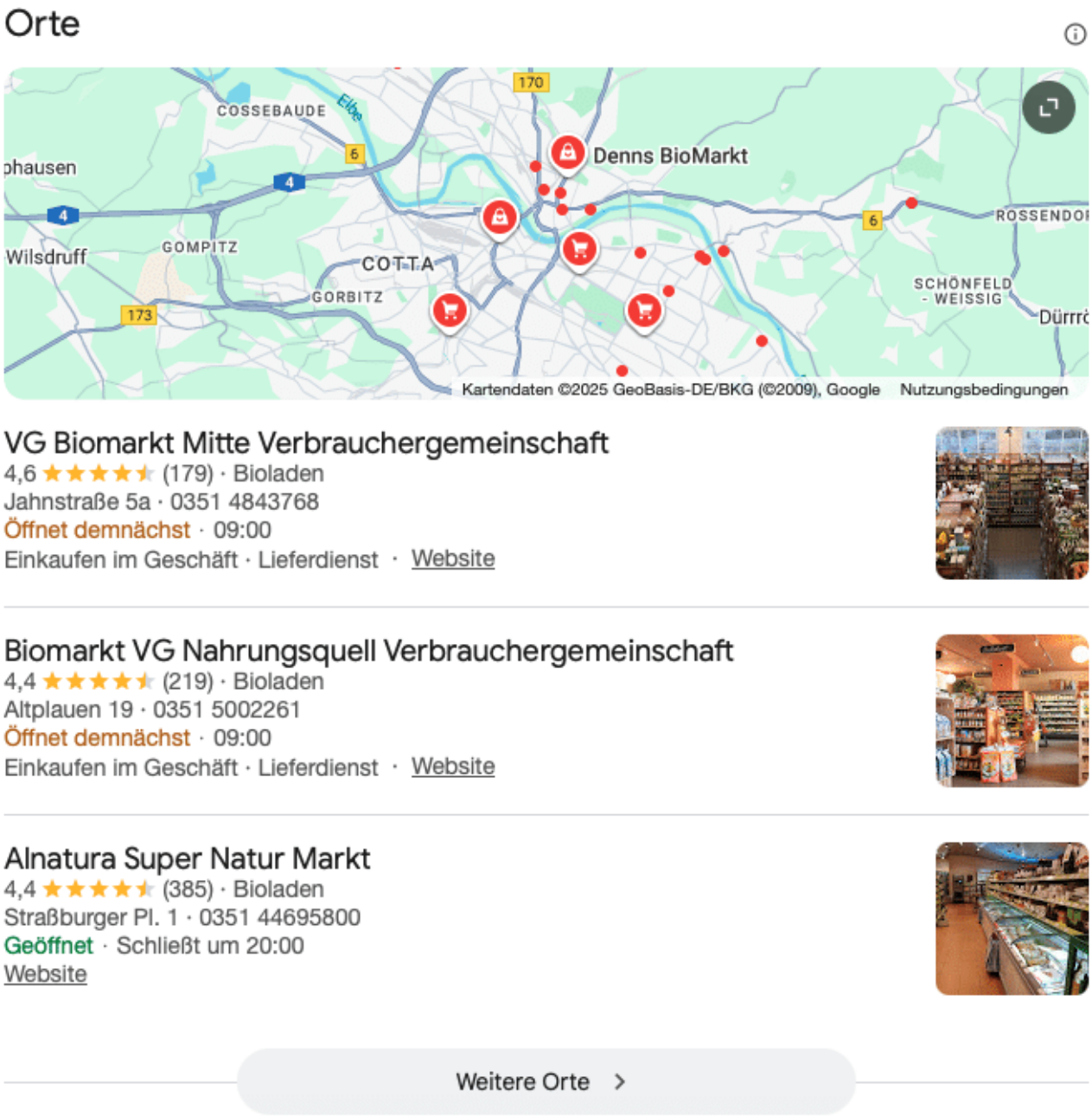
Die lokalen Suchergebnisse haben sich in den letzten Jahren ein bisschen verändert, spätestens ab dem Moment, als Google auch bemerkte, dass wir Menschen überwiegend nur noch mobil im Internet unterwegs sind. Die Suchergebnislisten, die auf Smartphone und Tablet angezeigt werden, unterscheiden sich etwas von den Suchergebnislisten auf dem PC. **Google passte die Anzeige der Suchergebnisse, unserem mobilen Suchverhalten an.**Oft suchen wir Informationen zu **lokalen Geschäften, Restaurants, Museen, Sehenswürdigkeiten** oder ähnliches. Wir suchen vielleicht in einer fremden Stadt, die wir gerade besuchen oder auch in der eigenen Stadt. Diese **Suchergebnisse** werden **mobil** teilweise etwas **anders dargestellt**, als auf dem PC.
Beispiel: Wo finde ich hier in Dresden einen Bioladen?

Da **automatisch** mein **Standort in die Suche einbezogen** wird, genügt es wenn ich auf dem Smartphone einfach nur das Wort *Bioladen* in die Google Suche eingebe?

Ich muss nicht *Bioladen Dresden* eingeben, da sowieso erkannt wird, wo ich mich befinde. In der Suchergebnisliste sehe ich unter anderem eine Karte (Google Maps),darin bekomme ich angezeigt, wo in meinem Umkreis Bioläden zu finden sind. Darunter erscheinen drei Unternehmenseinträge. Die Informationen dazu stammen aus dem Google-Unternehmensprofil-Verzeichnis, dem **Branchenverzeichnis von Google**.

Es werden angezeigt:

- der **Name** des Unternehmens
- ein **Vorschaubild**, sofern vorhanden
- die **Bewertungen**, sofern vorhanden
- die **Adresse**
- die **Öffnungszeiten**, sofern eingetragen



Wenn du es nicht aktiv unterbindest, wird auch auf dem PC erkannt, an welchem Standort du dich gerade befindest. Dieser **Standort wird berücksichtigt, ebenso wie dein bisheriges Suchverhalten**.
Reise ich zum Beispiel in ein paar Wochen nach Hamburg und möchte mich auf die Reise vorbereiten. Ich möchte wissen, was ich mir in Hamburg anschauen kann oder mir schon das eine oder andere Restaurant aussuchen. Dann würde ich in den Suchschlitz bei Google eingeben: *Restaurant Hamburg*. **Diese Suchanfrage könntest du auch noch konkretisieren, indem du einen Stadtteil eingibst.**Die lokale Suchmaschinenoptimierung ist also die **Optimierung auf lokale Suchanfragen**, und dabei ist der Bestandteil der lokale Suchmaschinenoptimierung nicht nur die **eigene Webseite**, sondern eben auch **Branchenverzeichnisse oder Kartendienste der Suchmaschinen**.
Beispiele:

- Google My Business
- Google Map
- Bing Places

Local SEO ist grundsätzlich für **alle Unternehmen, die lokale Kundschaft und ein sehr regionales Einzugsgebiet haben**, interessant.

- Läden/Geschäfte
- Restaurants, Cafés
- Ärzte, Anwälte, Handwerker
- öffentliche Institutionen oder Museen

Local SEO ist insbesondere für die Unternehmen und Dienstleister sehr wertvoll, die **online sichtbarer werden** möchten, um

tatsächlich dann auch Interessenten offline ins Geschäft zu lotsen.

Local SEO Tipp #1

Du sollte schauen, dass der Standort und der **regionale Bezug deines Unternehmens** auf der Website wirklich **erkennbar** sind. Dazu kannst du die **Adresse**, deinen **Kontakt** und gegebenenfalls auch eine **Standort-Karte**, möglichst immer an der **gleichen Stelle**, auf der Website einsetzen, zum Beispiel im **Footer**. So bleibt diese wichtige Information immer sichtbar ist, egal auf welcher Unterseite sich dein Besucher befindet.

Erwähne die Stadt, deine Region im Text, sehr gerne auch in Verbindung mit deinem Angebot, deiner Dienstleistung und dem passenden **Keyword**. Setze den Namen deiner Stadt oder Region in Verbindung mit dem Keyword und deinem Unternehmen in den **Meta-Daten** ein (Title und Description).

Wenn du einzelne **Filialen in unterschiedlichen Städten** betreibst, dann lege gerne **eine Unterseite pro Stadt** an. Hier solltest du aber wirklich darauf achten, dass die Inhalte sich nicht gleichen. Du solltest hier nicht nur den Stadtnamen in den Inhalten austauschen, sondern den Content individuell für die jeweilige Stadt und natürlich deine Zielkunden gestalten.

In der **URL der Unterseite, der H1-Überschrift, im Titel und im Text** sollte (wenn möglich) der jeweiligen Stadtname vorkommen. Die **Anfahrtsbeschreibung** zu deinem Geschäft und die **Öffnungszeiten** sind definitiv immer sehr interessant für deine Besucher, auch das solltest du prominent platzieren, so dass es immer sichtbar ist.

Du kannst die regionale Sichtbarkeit deines Unternehmens auch stärken, indem du in **Blogbeiträgen über Kundenprojekte aus der Nähe** berichtest und damit die regionale Verbindung herstellst.

Local SEO Tipp #2

Nutze die **Online-Branchenverzeichnisse**. Schau, welche Portale und Verzeichnisse regional sehr beliebt und bekannt sind. Auf alle Fälle nutze den Branchenbucheintrag bei Google, lege dein **Google Unternehmensprofil** an. **Suche** vorab einmal **dein Unternehmen in der Google Suche**. Manchmal werden diese Einträge schon **automatisch von Google angelegt**. Wenn dem so ist, dann findest du einen Link in diesem Profil: „Inhaber dieses Unternehmens?“. Über diesen Link kannst du den **Eintrag für dich beanspruchen**. Absolviere den Verifizierungsprozess und dann kannst du dein Google My Business Profil aktualisieren und anpassen.

Hier solltest du darauf achten, dass deine Unternehmensdaten überall gleich sind:

- der **Name deines Unternehmens**, gern in Kombination mit deiner Dienstleistung und der Kombination mit deinem Standort
- die **Adresse** sollte immer gleich geschrieben sein (Bsp. Weißeritzer Straße und Weisseritzer Str.)
- das **Format deiner Telefonnummer** sollte auch überall identisch sein (Bsp. 0351/..., +49 351...)

Mein Tipp: Erstelle dir eine Liste über diese Einträge, damit du weißt, wo dein Unternehmen, mit welchen Daten eingetragen ist. Sollte sich einmal irgendwas ändern, eine Telefonnummer oder du ziehst um, dann hast du diese Liste parat und kannst deine Daten überall rasch aktualisieren.

Local SEO Tipp #3

Sorge dafür, dass du **gute Bewertungen** bekommst.

Ein kleines Beispiel: Wenn du zum Beispiel nach einem Restaurant suchst in einer fremden Stadt, und du bekommst drei Profile von Restaurants angezeigt, welche sich sehr ähneln. Wie triffst du die Entscheidung für ein Restaurant? Du wirst dir wahrscheinlich die Bewertungen anschauen. Wie viel positive Bewertungen hat das eine oder das andere Restaurant? Vielleicht wirst du auch die ein oder andere Bewertung durchlesen und abgleichen, ob das Restaurant deinen Vorstellungen und Ansprüchen entspricht.

Deswegen sind Bewertungen sehr hilfreich. Oftmals sind die **Anzahl und Art der Bewertungen das letzte entscheidende Argument**, um eine Auswahl bzw. Entscheidung zu treffen. **Bewertungen können dir sehr helfen, dich gut vom Wettbewerb abzugrenzen**. **Bitte deine Kunden um Bewertungen**. Du kannst hierbei wechseln zwischen den Anfragen für Google Unternehmensprofil, Facebook Bewertungen oder anderen Portalen – je nachdem wo dir eine neue Bewertungen gerade am besten helfen würde.Lokale Suchmaschinenoptimierung bedeutet in aller Regel, dass der **lokale Standort in die Suche** und damit **in die Suchergebnisse einbezogen** wird. Du kannst das Ganze stützen, indem du deine **Website für die lokale Suche optimierst**. Du kannst deine lokale Sichtbarkeit auch unterstützen durch **Einträge in Branchenverzeichnisse**. Hier ist es wichtig, dass überall die **gleichen Basisdaten** zum Unternehmen stehen. Mit **Bewertungen** kannst du dich gut von Mitbewerbern abgrenzen und mehr Sichtbarkeit, sowie Aufmerksamkeit in den lokalen Suchergebnissen erreichen.

SEO-Wissen – dein Wettbewerbsvorteil

Lerne, wie du deine Rankings verbesserst und KI-Tools gezielt einsetzt, um Inhalte zu optimieren.
zum SEO-Training

Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)

Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte fülle dieses Feld aus

Bitte fülle dieses Feld aus

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

☐ Name, E-Mail-Adresse und Website in diesem Browser für meinen nächsten Kommentar speichern.

Du musst den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren

Kommentar abschicken

Local SEO bedeutet, deine Website und Unternehmensprofile so zu optimieren, dass du bei lokalen Suchanfragen sichtbar wirst. Es ist besonders wichtig für Geschäfte, Restaurants, Dienstleister und alle Unternehmen mit regionalem Einzugsgebiet.Platziere Adresse, Telefonnummer und Öffnungszeiten gut sichtbar (z. B. im Footer), erwähne Stadt/Region im Content sowie in Meta-Daten, und erstelle

individuelle Unterseiten für verschiedene Standorte.Ein gepflegtes Google-My-Business-Profil, einheitliche Unternehmensdaten in Branchenverzeichnissen und viele positive Bewertungen sind entscheidend, um dich von Mitbewerbern abzuheben.