|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **geforderte Keywords:** | **Lokale Suche** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Google My Business** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Branchenverzeichnisse** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Suchmaschinenoptimierung** | genutzt: 0 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
|  |  |  |

Der Text soll in 5-8 Absätze gegliedert sein.

- Was ist die Lokale Suche

- Was ist Google My Business

- Welche Vorteile kann ich als Unternehmer dadurch haben

- Was muss ich als Unternehmer umsetzen oder umsetzen lassen

- Wo kann ich mir Hilfe zum Thema holen

Lokale Suche - Wie Unternehmen besser lokal gefunden werden

1100 Wörter

<h1>Was die lokale Suche ist und wie Unternehmen von ihr profitieren</h1>

<p>Lokale Daten wie zum Beispiel <strong>Telefonnummer</strong>, <strong>Adressen</strong>, <strong>Speisekarten</strong> sowie <strong>Preisverzeichnisse</strong> oder <strong>Öffnungszeiten</strong> im Telefonbuch oder in den Gelben Seiten nachzusehen war gestern – Local SEO ist heute! Denn heute werden all die genannten Daten fast ausschließlich über die Google-Suche recherchiert. Egal, ob dabei nach einem netten Restaurant in der Nähe gesucht wird, nach den Öffnungszeiten der nächsten Arztpraxis oder nach den Preisen des Lieblingslieferdienstes – die lokale Suche birgt für <strong>regional agierende Unternehmen</strong> ein nicht zu unterschätzendes Potenzial! Deshalb sollte die lokale Suche unbedingt auch bei der individuellen Suchmaschinenoptimierung beachtet werden. Bisweilen schenken jedoch nur wenige Unternehmen der Thematik der lokalen Suche eine adäquate Beachtung. Um ein Geschäft vor Ort interessanter, leichter auffindbarer und damit umsatzstärker zu machen, sollte daher unbedingt auf Dinge wie zum Beispiel <strong>Branchenverzeichnisse</strong> sowie <strong>Google My Business</strong> im Rahmen von Suchmaschinenmarketing gesetzt werden. In den nun folgenden Abschnitten erfährt der Leser daher einmal sämtliche Informationen zu diesem Thema.</p>

<h2>Diese Unternehmen profitieren am meisten von der lokalen Suche</h2>

<p>Die lokale Suche über Branchenverzeichnisse oder Google My Business zu optimieren eignet sich grundsätzlich für zum Beispiel folgende Unternehmen:</p>

<ul>  
<li>Restaurants</li>

<li>Einzelhandelsgeschäfte (Discounter, Supermärkte, Drogerien usw.)</li>

<li>Arztpraxen</li>

<li>Autowerkstätten</li>

<li>Handwerksbetriebe</li>

<li>Boutiquen</li>

<li>Hotels</li>

<li>Rechtsanwaltskanzleien</li>

<li>und noch viele, weitere lokale Geschäfte</li>

</ul>

<p>Im Prinzip eignet sich Local SEO demnach für alle <strong>lokalen Unternehmen</strong>, die ihre Produkte oder Dienstleistungen <strong>lokal</strong> sowie <strong>stationär</strong> anbieten. Rund <a href="https://de.statista.com/statistik/daten/studie/311907/umfrage/anteil-der-mobilen-nutzer-des-zalando-shops/">88 Prozent</a> aller Seitenaufrufe geschehen heute über mobile Endgeräte wie zum Beispiel das Smartphone oder Tablet. Umso wichtiger ist es, dass die lokale Suche natürlich auch auf mobile Endgeräte hin optimiert wird. Local SEO verbessert nun die <strong>Sichtbarkeit</strong> von lokalen Suchergebnissen und macht potenzielle Kunden in der Nähe besser auf das eigene Geschäft aufmerksam.</p>

<h2>Das sind die wichtigsten ToDo’s für die Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche</h2>

<p>Das individuelle Projekt der Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche unterteilt sich zunächst in mehrere Baustellen, die Schritt für Schritt aufgearbeitet werden sollten. Hier zunächst ein kurzer Überblick über die wichtigsten ToDo’s im Rahmen der geplanten Suchmaschinenoptimierung für die lokale Suche:</p>

<ol>  
<li>konsistente Angaben über die jeweiligen Unternehmensdaten (auch: <strong><i>NAP</i></strong>, für „<i>Name-Adress-Phone Number</i>“ genannt)</li>

<li>Google My Business</li>

<li>Bewertungen (von Kunden oder anderen Unternehmen)</li>

<li>Branchenverzeichnisse</li>  
<li>lokale OnPage-Optimierung (Keywords & mobile Optimierung)</li>

</ol>

<p>In den nun folgenden Unterabschnitten werden die einzelnen Aufgabenbereiche daher einmal genauer unter die Lupe genommen.</p>

<h3>Unternehmensdaten, Bewertungen und lokale OnPage-Optimierung</h3>

<p>Die drei wichtigsten <strong><u>Unternehmensdaten</u></strong> <i>Name</i>, <i>Adresse</i> und <i>Telefonnummer</i> sollten zunächst <strong>überall identisch</strong> angegeben werden. Und zwar auf der Unternehmenswebseite selbst sowie auf Google My Business, im Rahmen der Branchenverzeichnisse, auf Social Media sowie auf Bewertungsportalen. Je konsistenter die Einträge dort sind, desto besser für die Suchmaschinenoptimierung.<br>

<p>Auch <strong><u>Bewertungen</u></strong> sind für die Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche ein wichtiger Angriffspunkt. Viele, potenzielle Besucher entscheiden sich überhaupt erst aufgrund der Google My Business Bewertung, ob ein Besuch in der entsprechenden Lokalität für diese infrage kommt oder nicht. Idealerweise sollten auch nicht zu viele negative Bewertungen vorliegen. Daher sollte negatives Feedback unbedingt als Notwendigkeit gesehen werden, die eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu überprüfen. Neben den Bewertungen bei Google My Business können natürlich auch Bewertungen über Branchenverzeichnisse abgegeben werden. Bekannte Branchenverzeichnisse sind zum Beispiel die Online-Varianten von <i>gelbeseiten.de</i>, <i>dasoertliche.de</i> oder <i>meinestadt.de</i>. Und nochmal: Es sollte aber unbedingt darauf geachtet werden, dass überall <strong>konsistente Daten</strong> eingepflegt werden!<br>

<p>Zu guter Letzt birgt natürlich auch die <strong><u>lokale OnPage-Optimierung</u></strong> großes Potenzial, um die Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche voranzubringen. Unter das Vorhaben der <i>OnPage-Optimierung</i> fallen insgesamt <strong> alle inhaltseitigen Anpassungen</strong> auf der Unternehmenswebseite. Darunter zum Beispiel die Verwendung von <strong>lokalen Keywords</strong>, <strong>optimierte Meta-Angaben</strong>, <strong>Bilder mit lokalem Bezug</strong> sowie die Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit durch die mobile Optimierung der Webseite oder die Erhöhung der Ladegeschwindigkeit der Webseite.</p>

<h3>Google My Business</h3>

<p>Google My Business ist ein eigener Dienst von Google, der Zugriff auf die bekannten und beliebten Services von Google wie zum Beispiel <i>Google Maps</i>, <i>Google Street View</i> oder <i>Google+</i> bietet. Auch für die lokale Suche ist Google My Business daher ausgesprochen wichtig! Dementsprechend nutzt Google alle Resultate aus Google My Business wie zum Beispiel <strong>Bewertungen</strong>, <strong>Unternehmensdaten</strong>, <strong>Fotos</strong>, <strong>Videos</strong> oder <strong>Verlinkungen</strong> für das individuelle Ranking. Eine eigene Google My Business Seite sollte in puncto Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche daher zum Standardrepertoire gehören! Hierfür wird zunächst ein eigenes <strong>Google-Konto</strong> genötigt, in welches dann die individuellen Unternehmensdaten eingepflegt werden müssen. Anschließend muss eine <strong>kurze Unternehmensbeschreibung</strong> erstellt werden (circa 100 bis 130 Wörter + E-Mail-Adresse + Webseitenverlinkung). Zu guter Letzt noch Fotos, Bewertungen sowie das individuelle Einzugsgebiet hinzufügen und fertig!</p>

<h3>Branchenverzeichnisse</h3>

<p>Mit <strong>Local Citation</strong> sind Branchenverzeichnisse gemeint. Dabei handelt es sich gewissermaßen um die Online-Ausgaben von bereits bekannten Institutionen wie beispielsweise <i>Die Gelben Seiten</i> oder <i>Das Örtliche</i> usw. Hier können Unternehmen geschickt die bereits vorhandene Reichweite etwaiger Branchenverzeichnisse nutzen und dort selbst <strong>Einträge</strong> einstellen. Es ist dabei übrigens nicht besonders wichtig für Google und die geplante Suchmaschinenoptimierung, ob es sich dabei um einen bezahlten oder einen kostenfreien Eintrag in einem der vielen Branchenverzeichnisse handelt. Es kann sich darüber hinaus lohnen, auch <strong>themenspezifische Branchenverzeichnisse</strong> wie zum Beispiel <i>Wer liefert was</i> oder <i>Physio-Deutschland</i> ausfindig zu machen.</p>

<h2>Das sind die umfassenden Vorteile der Suchmaschinenoptimierung auf die lokale Suche</h2>

<p>Hier einmal die größten Vorteile, die die Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche bietet:</p>

<ul>

<li>lokale Unternehmen können auch von „Nicht-Einheimischen“ Kunden gefunden werden</li>

<li>potenzielle Kunden und Interessenten erhalten <strong>rund um die Uhr</strong> alle notwendigen Informationen</li>  
<li>die lokale Suche ersetzt oftmals die Notwendigkeit einer eigenen Webseite</li>

<li>mehr als <a href="https://www.slmedia.at/vorteile-von-local-seo/">60 Prozent</a> aller Produkte oder Dienstleistungen werden heute über die lokale Suche abgerufen</li>

<li>gesteigerte Wahrscheinlichkeit von direkten Unternehmensbesuchen durch Kunden (insofern diese das Unternehmen ordentlich auf Google finden können)</li>

</ul>

<p>Auf die Suchmaschinenoptimierung von Google My Business sowie Branchenverzeichnisse zu setzen, kann sich für Unternehmen also durchaus lohnen und resultiert oftmals in einem <strong>sichtbaren Umsatzsanstieg</strong>. Gleichzeitig kann so auch <strong>Traffic</strong> auf der individuellen Unternehmenswebseite sowie im eigenen Webshop deutlich erhöht werden. Außerdem: Local SEO lässt sich oftmals schon mit wenig Ressourceneinsatz sehr effektiv und schnell umsetzen. Hierfür ist die Hilfe einer <strong>professionellen</strong> und <strong>erfahrenen Online-Marketing-Agentur</strong> anzuraten!</p>

<h2>Hier kann sich Hilfe zum Thema Suchmaschinenoptimierung der lokalen Suche geholt werden</h2>

<p>Egal, ob Google My Business, Branchenverzeichnisse oder die lokale Suche – professionelle Hilfe bietet in allein Bereichen eine erfahrene und fachkompetente <strong>Online-Marketing-Agentur</strong>, die eigens dafür ein Team an Spezialisten beschäftigt. Etwaige Agenturen bieten dabei ein <strong>Komplettpaket</strong>, bestehend aus der <strong>Planung</strong>, <strong>Konzeption</strong> und <strong>Umsetzung</strong> individueller Local SEO-Projekte. Diesbezüglich kann es sich durchaus lohnen, am besten heute noch Kontakt zur Online-Marketing-Agentur des Vertrauens aufzunehmen und sich <strong>unverbindlich</strong> und <strong>unabhängig beraten</strong> zu lassen!</p>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **geforderte Keywords:** | **Lokale Suche** | genutzt: 19 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Google My Business** | genutzt: 12 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Branchenverzeichnisse** | genutzt: 12 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Suchmaschinenoptimierung** | genutzt: 13 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |

## 61% der Personen die nach einem Produkt oder Dienstleistung suchen rufen das Unternehmen bei lokaler Suche an

Wie bereits erwähnt, haben 61% der Personen, die eine lokale Suche durchgeführt haben, das Unternehmen angerufen. Die Optimierung der lokalen Suche bietet potenziellen Kunden die Möglichkeit, diese Maßnahmen zu ergreifen. Dies wiederum bietet Ihrem Unternehmen einen qualifizierten Lead, den Sie konvertieren können.

## Kunden besuchen Sie wenn Sie Ihr Unternehmen richtig auf Google finden

[Lokale Suchmaschinenoptimierung](https://www.slmedia.at/seo-offpage-local-seo/) hilft dabei, die Entscheidungen der Menschen zugunsten Ihres Unternehmens zu treffen. Je mehr Daten sie über Ihr Unternehmen haben, desto vertrauenswürdiger sind Sie in ihren Augen. Dies ist eine solide Grundlage, auf der Sie eine für beide Seiten vorteilhafte Kundenbeziehung aufbauen können.

- Welche Vorteile kann ich als Unternehmer dadurch haben

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | **geforderte Keywords:** | **Lokale Suche** | genutzt: 15 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) | | **Google My Business** | genutzt: 11 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) | | **Branchenverzeichnisse** | genutzt: 11 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) | | **Suchmaschinenoptimierung** | genutzt: 10 Mal https://intern.textbroker.de/img/ok.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) | |

## Wichtige Local SEO Ranking Faktoren

Einer der wichtigsten Ranking Faktoren im Local SEO ist die physische Nähe zum gesuchten Standort. Dieser Faktor ist nicht wirklich optimierbar, es sei denn ihr zieht es in Betracht ins Stadtzentrum zu ziehen. Bei einer zentralen Lage habt ihr zwar bessere Chancen gefunden zu werden, allerdings herrscht dort große Konkurrenz.

Neben dem Standort gibt es noch weitere Faktoren, die das Ranking in der lokalen Suche beeinflussen. Um eure Sichtbarkeit in den lokalen Suchergebnissen zu steigern, solltet ihr folgende Bereiche unbedingt optimieren.

Mit Local SEO steigert ihr eure Sichtbarkeit in den lokalen Suchergebnissen und macht Nutzer auf euer Ladenlokal aufmerksam.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **geforderte Keywords:** | **Lokale Suche** | genutzt: 5 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Google My Business** | genutzt: 1 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Branchenverzeichnisse** | genutzt: 1 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |
| **Suchmaschinenoptimierung** | genutzt: 1 Mal https://intern.textbroker.de/img/fail.gif (Zu erreichende Keyworddichte: 10-20 Mal) |

# Local SEO Grundlagen: Tipps für lokale Unternehmen

Lokale [Suchmaschinenoptimierung](https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/suchmaschinenoptimierung-seo) gewinnt in Deutschland immer mehr an Bedeutung. Viele Unternehmen haben diese wichtige Marketingmaßnahme kaum oder wenig Beachtung geschenkt. Wie wichtig ist [SEO](https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/suchmaschinenoptimierung-seo) für die lokale Suche aber wirklich, um sein Geschäft vor Ort bekannter zu machen und mehr Umsatz zu generieren? Und welche Maßnahme beeinflusst das [Ranking](https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/ranking) bei der lokalen Suche? Dieser Artikel zeigt Ihnen die wichtigsten Grundlagen zu [Local SEO](https://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/local-seo) und gibt Tipps, damit Ihr Geschäft optimal in den lokalen Ergebnissen der Trefferseiten bei Google erscheint.

## Was ist Local SEO?

Unter Local SEO versteht man alle Optimierungsmaßnahmen der eigenen Webpräsenz hinsichtlich der lokalen Suche. Bei lokalen Suchanfragen verwenden Nutzer konkrete Ortsangaben, wenn sie nach einem Geschäft, Restaurant oder einer Dienstleistung suchen. Aber auch generische Suchanfragen, die keinen Ortszusatz enthalten, können einen lokalen Bezug aufweisen, wie zum Beispiel „Restaurant“, „Autowerkstatt“ oder „Bäcker“. Hier wird der Standort des Nutzers abgerufen und die Suchergebnisse entsprechend angepasst. Googles Intention ist es, dem Nutzer relevante Suchergebnisse zu liefern. Denn wenn jemand in Hamburg einen Bäcker sucht, der will keine Ergebnisse aus Köln oder Frankfurt angezeigt bekommen.