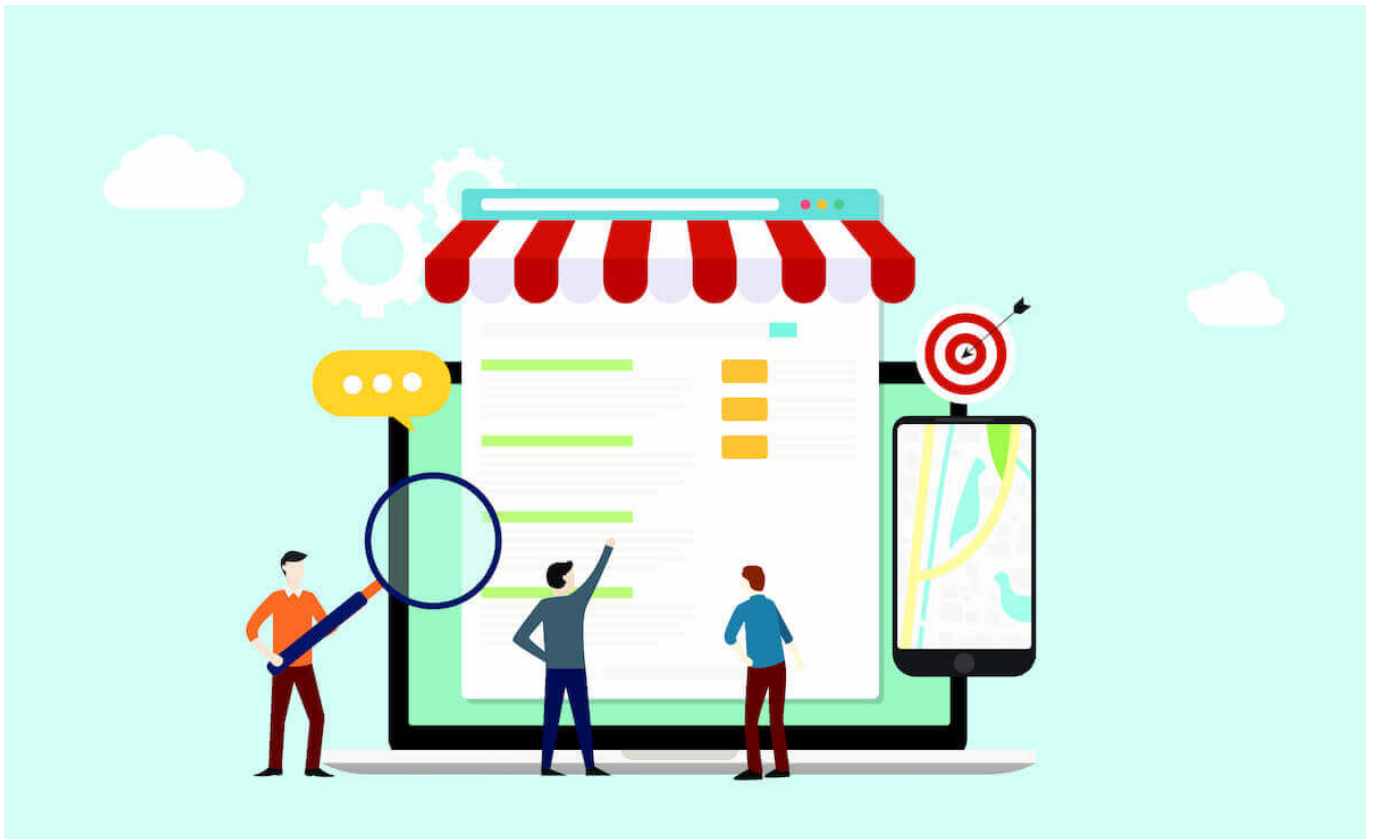


Local SEO – Tipps für bessere Rankings in der lokalen Suche

Unsere Tipps für Local SEO

Das Nachschlagen von Kontaktdaten im Telefonbuch war gestern – heutzutage wird danach gegoogelt. Fast jeder kennt es, wenn wir nach einem Restaurant oder Arzt in der Nähe suchen, starten wir unsere Suche vermehrt unterwegs vom Smartphone aus. Dementsprechend spielt Local SEO für regional agierende Unternehmen eine wichtige Rolle. In unserem Blog Beitrag erklären wir euch, was man unter Local SEO versteht, für welche Unternehmen sich Local SEO lohnt, und zeigen euch, welche Maßnahmen ihr ergreifen müsst, um euer Ranking in der lokalen Suche zu verbessern.



Local SEO dient quasi als Schaufenster in der Onlinewelt.



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.



Bewertung ▾ Öffnungszeiten ▾

Bäckerei Siemank OHG

4,4 ★★★★★ (42) · €€ · Bäckerei

Mosenstraße 29

Nur Barzahlung · Frühstück



Feinbäckerei Hentschel

4,7 ★★★★★ (82) · € · Bäckerei

Hepkepl. 8



Feinbäckerei Kallenbach

4,0 ★★★★★ (45) · € · Bäckerei

Augsburger Str. 42



☰ Mehr Orte

Lokale Suchergebnisse für das Keyword “Bäckerei Dresden”

Ob eure Branche für die lokale Suche infrage kommt, könnt ihr ganz einfach selbst überprüfen, indem ihr den entsprechenden Suchbegriff ohne Ortszusatz googelt. Erscheint oben eine Karte, dann wisst ihr, dass Google für eure Branche lokale Suchergebnisse ausspielen wird. In dem Fall solltet ihr euren Webauftritt unbedingt für die lokale Suche optimieren! Durch Local SEO kann euer Unternehmen besser gefunden werden und somit potenzielle Kunden in euer Geschäft locken.

Für welche Unternehmen ist Local SEO empfehlenswert?

Ob Arzt, Anwalt, Restaurant, Autowerkstatt, Boutique oder Hotel – Local SEO lohnt sich für jedes Unternehmen, das Produkte in einem stationären Geschäft verkauft oder lokale Dienstleistungen anbietet. In diesen Fällen ist Local SEO sogar ein Muss. Relevante Informationen wie Adresse, Öffnungszeiten oder Telefonnummer werden vermehrt unterwegs vom Smartphone abgerufen. Nutzer, die nach Dienstleistungen oder Produkten in ihrer Nähe suchen, stehen kurz vor einer Kaufentscheidung. Wer in diesem Moment mit den passenden Informationen in der lokalen Suche erscheint, hat große Chancen diese Nutzer zu Kunden zu machen. Mit Local SEO steigert ihr eure Sichtbarkeit in den lokalen Suchergebnissen und macht Nutzer auf euer Ladenlokal aufmerksam.

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.

Konsistente Angaben eurer Unternehmensdaten (NAP)

Das Kürzel **NAP** steht für Name, Adress, Phone Number und besagt, dass diese Daten überall identisch angegeben werden sollen. Ob auf der Firmenwebseite, Google My Business – Seite, Einträgen in Branchenverzeichnissen, Social-Media-Kanälen oder Bewertungsportalen, tragt eure



Unternehmensdaten auf allen diesen Kanälen einheitlich ein.

Name: Hier sollte der komplette Firmenname stehen. Der Firmenname kann durch den Standort oder die angebotene Dienstleistung ergänzt werden.

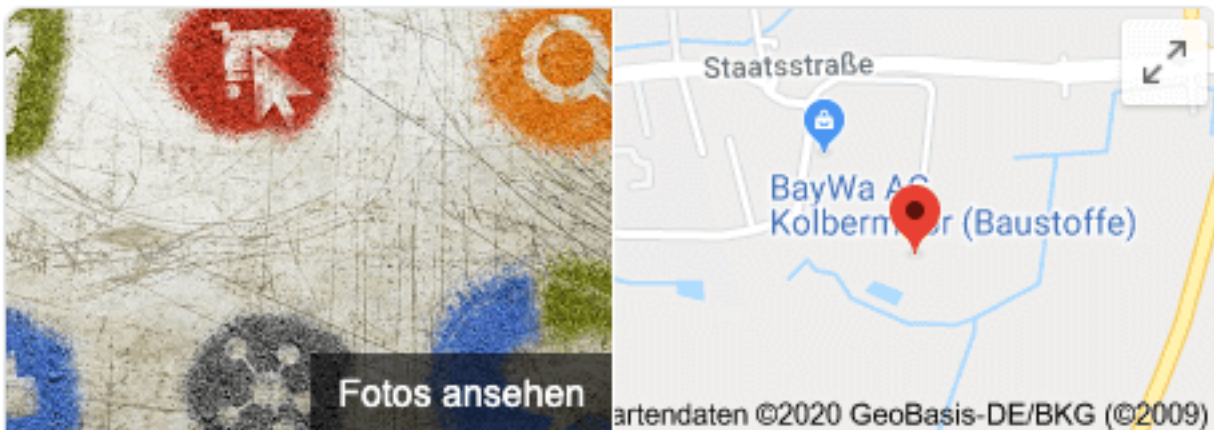
Adress: Bei all euren Einträgen sollte die gleiche Adresse des Standortes stehen.

Phone Number: Bei der Telefonnummer, sollte man eine Schreibweise wählen und diese überall identisch angeben. (z.B. nach DIN 5008: +49 40 12345-67)

Mit dem konsistenten Eintragen eurer Unternehmensdaten habt ihr bereits einen wichtigen Faktor für die lokale Suchmaschinenoptimierung erfüllt.

Google My Business

Für eine bessere Auffindbarkeit in der lokalen Suche ist ein gut gepflegter Google My Business Eintrag essenziell. Denn mit einem Google My Business Eintrag wird euer Unternehmen bei Google Maps und den Google Local Listings sichtbar. Diese werden oberhalb der organischen Suchergebnisse eingeblendet und erreichen beim Nutzer mehr Aufmerksamkeit. Zusätzlich habt ihr bei Google My Business die Möglichkeit zu sehen, wie viele Nutzer ihr über Google erreicht habt. Hierzu findet ihr in eurem Profil eine Übersicht zu Klicks, Anrufen, Buchungen etc.



SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG

Website

Route

Speichern

4,6 ★★★★★ 11 Google-Rezensionen

Online-Marketing-Unternehmen in Kolbermoor, Bayern

Adresse: Fraunhoferstraße 6, 83059 Kolbermoor

Öffnungszeiten: **Geöffnet** · Schließt um 17:00 ▾

Telefon: 08031 2575100

Termine: seo-kueche.de

Die

SEO-Küche bei Google My Business

Um ein Google My Business Profil anzulegen, benötigt ihr einen Google Account. Nach der [Erstellung eines Google Accounts](#), könnt ihr schon direkt loslegen! Folgend zeigen wir euch, wie ihr einen Google My Business Account richtig anlegt:

1. Mit dem Google Account bei [Google My Business](#) einloggen.
2. Dann den Unternehmensnamen eingeben. Wenn es bereits einen automatisch erstellten Eintrag gibt, wählt ihr diesen aus. Nun müsst ihr nur noch die Inhaberschaft bestätigen und schon könnt ihr die Angaben bearbeiten. Wurdet ihr nicht fündig, dann tragt euren Unternehmensnamen bei „Unternehmen hinzufügen“ neu ein.
3. Gebt eure Daten wie Adresse, Telefonnummer, Öffnungszeiten und Website ein. Achtet dabei auf konsistente NAP Angaben! Zudem solltet ihr die offizielle Website eures Unternehmens mit dem Google My Business Profil verknüpfen und verifizieren.
4. Wählt eine primäre Kategorie aus, die am besten euer Unternehmen beschreibt. Zusätzlich könnt ihr bis zu neun weiteren Kategorien hinzufügen. Jedoch solltet ihr nicht die angebotenen Waren oder Dienstleistungen angeben, sondern ausschließlich die Unternehmensart!
5. Vervollständigt euer Profil, indem ihr Fotos hochlädt, euer Einzugsgebiet festlegt (besonders wichtig, wenn ihr außerhalb eures Standortes agiert oder wenn ihr einen Lieferservice betreibt), den Nutzern die Möglichkeit bietet Fragen zu stellen etc. Je vollständiger euer Eintrag ist, umso höher sind die Chancen für ein besseres Ranking!

Noch mehr Infos zum Google My Business Eintrag findet Ihr [hier](#).

Bewertungen und ihre wichtige Rolle im Local SEO

Bewertungen haben einen großen Einfluss auf das Ranking innerhalb der lokalen Suchergebnisse. Viele Nutzer entscheiden anhand der Google My Business Bewertung, ob sie auf ein Suchergebnis klicken oder nicht. Eine gute Gesamtbewertung steigert die Klickrate und lockt neue Kunden ins Ladengeschäft. Lasst aber den Kopf nicht hängen, wenn es ab und an mittelmäßige oder negative Bewertungen gibt. Diese sind für Google ein Zeichen, dass die Bewertungen echt sind. Reagiert souverän auf die geäußerte Kritik und bezieht Stellung. Achtet jedoch darauf, nicht zu viele negative Bewertungen zu erhalten. Schließlich erhöht eine positive Gesamtbewertung die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer euer Ladenlokal aufsuchen. Betrachtet stattdessen negative Bewertungen als wertvolles Feedback eurer Kunden, um eure Produkte oder Dienstleistungen zu verbessern. Nicht zu verachten ist auch die Wirkung von regelmäßig neu hinzukommenden Bewertungen. Liegt die letzte Bewertung bereits einige Jahre zurück, kann dies von Nutzern negativ wahrgenommen werden. Weist also zufriedene Kunden darauf hin euch zu bewerten. Je mehr positive Bewertungen ihr habt, desto stärker wirkt sich das

einerseits auf das Vertrauen von Nutzern aus als auch auf das Ranking in der lokalen Suche.

Bewertungsportale und Branchenverzeichnisse

Neben Bewertungen bei Google My Business gibt es zahlreiche weitere Bewertungsportale, bei denen Nutzer Unternehmen kommentieren und bewerten können. Es gibt breitgefächerte Portale wie „Yelp“ oder „GoLocal“ oder auch branchenspezifische Plattformen wie „tripadvisor“ für Hotels und Restaurants oder „jameda“ für Ärzte.



Zusätzlich steigern Einträge in lokalen und thematischen Branchenverzeichnissen die Relevanz eures Unternehmens und somit auch das Ranking. Beispiele für allgemeine Branchenverzeichnisse wären gelbeseiten.de, dasoertliche.de oder meinestadt.de.

Achtet beim Anlegen eurer Einträge auf konsistente Angaben der NAP. Diese sollten mit den Daten eures Google My Business Eintrags als auch der Webseite übereinstimmen. Des Weiteren sollten die gewählten Bewertungsportale und Branchenverzeichnisse zu eurem Unternehmen passen. So gibt es Verzeichnisse und Bewertungsportale, die nur für bestimmte Branchen oder Regionen relevant sind.

Lokale OnPage Optimierung auf eurer Website

Mit einem gut gepflegten Google My Business Account und Einträgen in relevanten

Branchenverzeichnissen habt ihr ein solides Fundament für die lokale Suchmaschinenoptimierung geschaffen. Da der Inhalt eurer Website ebenfalls einen Einfluss aufs Ranking hat, solltet ihr diesen entsprechend optimieren.

Verwendung von lokalen Keywords

- Erstellt oder passt euren Content mit Keywords an, die einen regionalen Bezug haben.
- Optimiert die Meta-Angaben eurer Webseite, indem ihr in Title und Meta-Description den Standort und die Dienstleistung mit angebt.
- Eure Überschriften, insbesondere die H1 Überschrift eurer Startseite, sollte Standort, Unternehmensnamen und das Hauptkeyword enthalten.
- Vergesst auch nicht in den Alt-Tags von Bildern den lokalen Bezug sichtbar zu machen.

Strukturierte Daten

Strukturierte Daten helfen der Suchmaschine die Inhalte der Webseite besser zu erkennen und zu interpretieren. Diese werden im Quellcode hinterlegt und sind für den Nutzer nicht sichtbar. Damit können viele relevante Informationen wie Firmenname, Anschrift, Telefonnummer, Geo-Koordinaten, Zahlungsmethoden, Öffnungszeiten etc. hervorgehoben werden. Es gibt zahlreiche Auszeichnungen und je nach Unternehmen sind andere Informationen relevant. Unter folgendem [Link](#) findet ihr eine Liste an strukturierten Daten, die Google für lokale Unternehmen empfiehlt.

```
"address": {  
  "@type": "PostalAddress",  
  "streetAddress": "148 W 51st St",  
  "addressLocality": "New York",  
  "addressRegion": "NY",  
  "postalCode": "10019",  
  "addressCountry": "US"  
}
```

Suche

Backlinks

Wie bei jeder Suchmaschinenoptimierung sind Backlinks auch in der lokalen Suche ein wichtiger Rankingfaktor. Um die lokale Relevanz eurer Webseite zu stärken, solltet ihr vor allem auf regionale Links setzen. Mögliche Webseiten für einen regionalen Backlink Aufbau wären zum Beispiel Händler, Lieferanten, Handwerkskammern, Lokalzeitungen, Magazine oder auch private Blogs. Grundsätzlich solltet ihr bei eurem Backlink Aufbau auf die Qualität der Links achten und nicht auf die Quantität.

Mobile Optimierung



Ein weiterer wichtiger Rankingfaktor ist die mobile Nutzerfreundlichkeit der Webseite. Denn die Mehrheit der lokalen Suchanfragen erfolgt unterwegs vom Smartphone aus. Daher ist es essenziell, eure Webseite auch für mobile Geräte zu optimieren. Dazu zählen nicht nur schnelle Ladezeiten, sondern auch ein responsives Design, das sich an die Displaygröße des Endgeräts anpasst. Wenn eure Webseite für die mobile Nutzung optimiert ist, dann erzielt ihr auch bessere Rankings in der lokalen Suche. Mit dem [Mobile Friendly Test](#) von Google könnt ihr testen, ob eure Webseite für mobile Geräte

nutzerfreundlich ist. Zusätzlich gibt euch das Tool Hinweise, was ihr verbessern solltet.

Fazit

Für lokal agierende Unternehmen bietet Local SEO einen enormen Mehrwert. Denn durch Local SEO kann euer Unternehmen besser gefunden werden und somit potenzielle Kunden in euer Geschäft locken. Mit einer auf lokale Suchanfragen optimierten und mobilfreundlichen Website, einem gut gepflegten Google My Business Eintrag, überwiegend positiven Bewertungen sowie weiteren Einträge in relevanten Online-Branchenverzeichnissen, werdet ihr ein besseres Ranking in der lokalen Suche erzielen.

Titelbild © ribkhan – stock.adobe.com

Beitragsbild © vladwel – stock.adobe.com

Beitragsbild © DigiClack – stock.adobe.com