KONTOR4
Agentur für neue Medien

E-BOOK

Lokales SEO

Tipps und Strategien, um in regionalen Suchergebnissen sichtbar zu sein

Lokale Keyword-Recherche, On-Page-Optimierung, Google Unternehmensprofil, Verzeichnisse und Erfolgsmessung: So werden Sie in Ihrer Region gefunden, bei Google und in KI-Antworten.

5 Bausteine
für mehr Sichtbarkeit in Ihrer Region

Einheitlich
Name, Adresse und Telefon überall gleich

Kosteneffektiv
gezielt die Menschen erreichen, die vor Ort suchen

INHALT

Was Sie hier erwartet

Lokales SEO ist für Unternehmen entscheidend, die in regionalen Suchergebnissen sichtbar sein und Kund:innen vor Ort gewinnen möchten. Mit dem Smartphone und den KI-Assistenten, die heute auf Fragen wie „Wer repariert in meiner Nähe …?“ antworten, ist es wichtiger denn je, in den lokalen Ergebnissen präsent zu sein. In diesem E-Book zeigen wir Tipps und Strategien, mit denen Sie Ihre Sichtbarkeit in Ihrer Region steigern.

1 **Die Bedeutung von lokalem SEO** GRUNDLAGEN

2 **Lokale Keyword-Recherche** SUCHBEGRIFFE

3 **On-Page-Optimierung für lokale Suchergebnisse** IHRE WEBSITE

4 **Das Google Unternehmensprofil optimieren** GOOGLE UND MAPS

5 **Lokale Verzeichnisse und Brancheneinträge** EINTRÄGE IM NETZ

6 **Erfolgsmessung und Anpassung der lokalen SEO-Strategie** KONTROLLE

7 **Fazit** AUF DEN PUNKT

GRUNDLAGEN

Die Bedeutung von lokalem SEO

Lokales SEO ermöglicht es Unternehmen, ihre Zielgruppe genau dort anzusprechen, wo sie nach passenden Produkten oder Dienstleistungen sucht. Mit einer optimierten lokalen Präsenz erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit und machen potenzielle Kund:innen auf sich aufmerksam. Das ist besonders wichtig für kleinere Unternehmen, die sich auf ein begrenztes Gebiet konzentrieren.



Darüber hinaus ist lokales SEO kosteneffektiv. Im Vergleich zu klassischer Werbung wie Printanzeigen oder Radiowerbung erreichen Sie gezielt Ihre Zielgruppe und setzen Ihr Marketingbudget sinnvoller ein.

Neu: lokale Antworten von KI-Assistenten

Immer mehr Menschen fragen ChatGPT, Gemini oder Googles KI-Übersicht nach Empfehlungen vor Ort. Diese Systeme stützen sich auf dieselben Grundlagen wie die lokale Suche: Ihr Unternehmensprofil, Ihre Website, Einträge in Verzeichnissen und Bewertungen. Wer die Tipps in diesem E-Book umsetzt, wird deshalb auch in KI-Antworten leichter gefunden.

SUCHBEGRIFFE

Lokale Keyword-Recherche

Relevante Keywords für lokale Suchanfragen finden

Um relevante Keywords zu finden, müssen Sie die Bedürfnisse und das Suchverhalten Ihrer Zielgruppe vor Ort verstehen. Diese Ansätze helfen:

- **Lokale Zusätze:** Ergänzen Sie Ihr Hauptkeyword um den Ort, um den geografischen Bezug zu zeigen, z. B. „Zahnarzt Berlin“ oder „Friseur in meiner Nähe“.
- **Branchenspezifische Begriffe:** Welche Begriffe und Formulierungen werden in Ihrer Branche vor Ort häufig gesucht? Etwa „Restaurant mit Lieferservice“ oder „Fitnessstudio mit Personal Trainer“.
- **Lokale Ereignisse:** Berücksichtigen Sie Veranstaltungen, Feiertage oder Saisonthemen in Ihrer Region und erstellen Sie passende Inhalte.
- **Fragen:** Menschen fragen Suchmaschinen und KI-Assistenten zunehmend in ganzen Sätzen: „Wer macht in Hannover Hausbesuche?“ Solche Fragen sind wertvolle Themen für Ihre Website.

Tools zur Analyse lokaler Suchbegriffe

- **Google Keyword Planner:** Zeigt Suchvolumen und Wettbewerb, auch für eine bestimmte Region. Sie brauchen dafür ein Google-Ads-Konto.
- **Google Trends:** Zeigt, wie sich das Interesse an Suchbegriffen entwickelt und wo regional gesucht wird.
- **Google Search Console:** Zeigt kostenlos, mit welchen Suchbegriffen Ihre Website bereits gefunden wird.
- **Lokale Branchenverzeichnisse und Bewertungsportale:** Zeigen die Sprache und Begriffe Ihrer Kund:innen.
- **Wettbewerbsanalyse:** Welche Begriffe nutzen Ihre Mitbewerber vor Ort? So finden Sie Lücken.

IHRE WEBSITE

On-Page-Optimierung für lokale Suchergebnisse

Seitentitel, Beschreibungen und URLs mit lokalen Begriffen

Seitentitel, Meta-Beschreibungen und URLs lesen Suchmaschinen aus, um den Inhalt einer Seite zu verstehen. Mit lokalen Begriffen erhöhen Sie Ihre Relevanz für lokale Suchen:

- **Seitentitel (Title):** Wird in den Suchergebnissen als Überschrift angezeigt. Ort und Leistung gehören hinein, informativ und einladend formuliert.
- **Meta-Beschreibung:** Präzise und ansprechend, mit Ort und Leistung.
- **URLs:** Kurz, sauber und eindeutig, bei Standortseiten gern mit dem Ortsnamen.

Standortinformationen auf der Website

- **Kontaktdaten:** Name, Adresse und Telefonnummer auf jeder Seite gut sichtbar, z. B. im Footer, als Text und überall in derselben Schreibweise.
- **Seiten für einzelne Standorte:** Haben Sie mehrere Standorte, erstellen Sie für jeden eine eigene Seite mit Adresse, Öffnungszeiten und Anfahrt.
- **Lokale Inhalte:** Berichten Sie über Projekte, Veranstaltungen und Themen aus Ihrer Region.
- **Häufige Fragen beantworten:** Klare Antworten auf Kosten, Ablauf und Einzugsgebiet helfen Suchmaschinen und KI-Assistenten gleichermaßen.
- **Strukturierte Daten:** Mit einer technischen Auszeichnung (z. B. „LocalBusiness“) erkennen Suchmaschinen Adresse und Öffnungszeiten eindeutig.

Das Google Unternehmensprofil optimieren

Das Google Unternehmensprofil (früher Google My Business) ist das wichtigste Werkzeug für die lokale Suche. Mit einem vollständigen, gepflegten Profil erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit in Suche und Maps.

Bewertungen verwalten und fördern

- **Bewertungen beantworten:** Nehmen Sie sich Zeit für Antworten, gerade auf kritisches Feedback. Zeigen Sie, dass Sie Probleme lösen wollen. Das stärkt das Vertrauen.
- **Um Bewertungen bitten:** Bitten Sie Ihre Kund:innen nach einem Auftrag freundlich um eine Bewertung, z. B. mit dem Bewertungslink aus Ihrem Profil. Keine gefälschten Bewertungen, keine Belohnungen.
- **Qualität fördern:** Guter Service ist die beste Grundlage für gute Bewertungen.
- **Google-Funktionen nutzen:** Mit Beiträgen und Produkten im Profil zeigen Sie Angebote, Veranstaltungen und Neuigkeiten. So fällt Ihr Eintrag auf.

Aktualisieren Sie Ihre Angaben, laden Sie gute Fotos hoch, beantworten Sie Bewertungen und bitten Sie um neue: So gewinnen Sie das Vertrauen Ihrer Kund:innen und präsentieren Ihr Unternehmen positiv.

EINTRÄGE IM NETZ

Lokale Verzeichnisse und Brancheneinträge

Lokale Verzeichnisse und Branchenportale steigern Ihre Sichtbarkeit in der Region. Suchmaschinen und KI-Assistenten gleichen außerdem ab, ob Ihre Angaben überall übereinstimmen.

Eintragen

- **Relevante Verzeichnisse wählen:** Neben dem Google Unternehmensprofil z. B. Bing Places, Apple Business Connect (für Apple Karten und Siri), Yelp sowie Verzeichnisse Ihrer Branche, Kammer oder Region.
- **Vollständig und einheitlich:** Name, Adresse, Telefonnummer, Website, Öffnungszeiten und Beschreibung überall gleich. Einheitlichkeit verhindert Verwirrung und stärkt die Glaubwürdigkeit.
- **Beschreibung optimieren:** Präzise und ansprechend, mit den passenden Begriffen.
- **Bilder und Videos:** Hochwertige Fotos geben einen besseren Eindruck von Ihrem Unternehmen.

Pflegen

- **Regelmäßig prüfen:** Stimmen die Angaben noch? Gibt es neue Funktionen?
- **Auf Bewertungen reagieren:** auch in Verzeichnissen und Portalen.
- **Angebote und Veranstaltungen aktualisieren.**
- **Online-Ruf im Blick behalten:** Falsche Angaben oder unfaire Bewertungen schnell klären.

> ACHTUNG
>
> Nach einem Umzug oder einer neuen Telefonnummer müssen alle Einträge nachgezogen werden. Widersprüchliche Angaben kosten Vertrauen, bei Kund:innen wie bei Suchmaschinen.

KONTROLLE

Erfolgsmessung und Anpassung der lokalen SEO-Strategie

Analysetools zur Überwachung

- **Website-Analyse:** Mit Google Analytics, Matomo oder etracker messen Sie Seitenaufrufe, Interaktionsrate und Anfragen. So sehen Sie, wie Besucher:innen aus der lokalen Suche mit Ihrer Website umgehen.
- **Google Search Console:** Klicks, Impressionen und Positionen Ihrer wichtigsten lokalen Suchbegriffe.
- **Leistung im Unternehmensprofil:** Wie oft wurde Ihr Profil gesehen, wie viele haben angerufen, eine Route geplant oder Ihre Website besucht, und mit welchen Suchbegriffen?

Die Strategie anpassen

1 **Schwachstellen erkennen**
Wo schneidet Ihre Website schlecht ab? Für welche Begriffe sind Sie nicht sichtbar?

2 **Ziele setzen**
Mehr Sichtbarkeit in bestimmten Orten, mehr Besucher, mehr Anfragen? Legen Sie klare, messbare Ziele fest.

3 **Taktik anpassen**
Begriffe nachschärfen, mehr lokale Inhalte, Seiten überarbeiten, Einträge ergänzen.

4 **Testen und nachjustieren**
Probieren Sie verschiedene Ansätze aus und passen Sie regelmäßig an.

AUF DEN PUNKT

Fazit

Lokales SEO bietet Unternehmen eine hervorragende Möglichkeit, in regionalen Suchergebnissen sichtbar zu sein und Kund:innen vor Ort zu gewinnen. Es erfordert kontinuierliche Pflege, aber die Belohnung in Form von mehr lokalen Kund:innen und Umsatz ist es wert. Investieren Sie in lokales SEO und werden Sie die erste Anlaufstelle für Kund:innen in Ihrer Region.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Sie brauchen Unterstützung?

Bei KONTOR4 stehen wir Ihnen gern zur Seite, damit Ihr Unternehmen in Ihrer Region gefunden wird. Kontaktieren Sie uns für eine individuelle Beratung.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren