

Lokale Suchmaschinenoptimierung (SEO): Mit diesen Experten-Tipps landet Ihr Unternehmen ganz vorne in der lokalen Suche (+ kostenlose Checkliste zum Download)



Noch nie war es so einfach und schnell möglich lokale Anbieter von Produkten und Dienstleistungen ausfindig zu machen, miteinander zu vergleichen und zu bewerten wie heutzutage. Das Internet und sich stetig verbessernde Suchmaschinen machen es möglich.

Egal, ob ein Nutzer nach einem Handwerker, Anwalt, Arzt, Frisör, der nächsten Bank oder der besten Eisdielen in seiner Umgebung sucht:
Innerhalb weniger Minuten ist der passende Dienstleister aus nahezu jeder Branche gefunden.

Und dies inklusive Anfahrtsbeschreibung und bisherigen Kundenbewertungen.

Ist Ihre Webseite noch nicht SEO-optimiert (oder haben Sie eventuell noch gar keine), gehen Ihnen so Stunde für Stunde und Tag für Tag **Dutzende potentielle Neukunden verloren**. Potentielle Kunden, die jetzt und heute nach Ihrer Dienstleistung in Ihrer Umgebung suchen! Können oder wollen Sie sich das leisten?

Damit Sie mit Ihrem lokalen Unternehmen in **den Suchergebnissen in Ihrer Stadt / Umgebung** ganz nach vorne kommen, haben wir für Sie **die wichtigsten Tipps und Schritte** zusammengestellt. Diese sind einfach erklärt, einfach umzusetzen und unterteilt in 3 Leistungsstufen (SEO Beginner, Fortgeschrittene und Profis).

*Anmerkung: Wir haben für Sie auch eine kostenlose Checkliste vorbereitet, an der Sie sich bei der Optimierung entlanghangeln können. **Klicken Sie hier, um zur Checkliste zu gelangen!***

- **Gehören auch Sie zu den lokalen Unternehmen, die Ihre Webseite bisher noch nicht zielgerichtet auf (lokale) Suchanfragen ausgerichtet haben?**
- **Oder haben Sie bisher einfach nicht die richtigen Anleitungen für das lokale Suchmaschinenmarketing gefunden? Vielleicht würden Sie gerne was machen, aber Sie haben keine Ahnung, wie Sie vorgehen sollten?**

Dann wird es **Zeit Ihre Bekanntheit im Internet zu steigern**. Mit den folgenden SEO-Tipps für Einsteiger, Fortgeschrittene und Profis haben Sie die besten Chancen, um ab sofort **mehr Suchanfragen aus Ihrer Umgebung zu generieren**. Ein Umsatzpotenzial, auf das Sie als Unternehmer nicht verzichten sollten!



SEO-Grundlagen für Anfänger und Tipps für Fortgeschrittene: Die Anleitung, mit der Sie Ihr lokales Unternehmen bei der Google-Suche nach vorn bringen.

Inhalt

Lokale Suchmaschinenoptimierung (SEO): Mit diesen Experten-Tipps landet Ihr Unternehmen ganz vorne in der lokalen Suche (+ kostenlose Checkliste zum Download)	1
SEO-Grundlagen für Anfänger und Tipps für Fortgeschrittene: Die Anleitung, mit der Sie Ihr lokales Unternehmen bei der Google-Suche nach vorn bringen.....	2
Teil 1: Kurz und verständlich erklärt: lokale Suchmaschinenoptimierung.....	4
1. Was bedeutet lokale Suchmaschinenoptimierung (lokale SEO)?	4
2. Warum ist die Suchmaschinenoptimierung für Ihr lokales Unternehmen wichtig?.....	4
3. Die wichtigsten Rankingfaktoren für die lokale Suchmaschinenoptimierung im Überblick.	5
Teil 2: Grundlagen zur lokalen Suchmaschinenoptimierung (lokale SEO): 7 einfach umzusetzende Tipps für jedes lokale Unternehmen.....	7

1. Präsentieren Sie auf Ihrer Webseite sowohl sich, als auch Ihr Unternehmen, von Ihrer besten Seite.	7
2. Tragen Sie gut sichtbar direkte Kontaktinformationen ein: Stichwort NAP.....	8
3. Sorgen Sie für erstklassige Inhalte (Content) auf Ihrer Unternehmenswebseite.....	9
4. Legen Sie ein Google My Business Profil an und pflegen Sie dieses.	9
5. Sammeln Sie Kundenbewertungen und Rezensionen.....	10
6. Tragen Sie Ihr lokales Unternehmen in Branchenbücher ein (local citations).	11
7. Generieren Sie Verweise auf Ihr lokales Unternehmen über Backlinks.	13
Teil 3: Lokales SEO für Fortgeschrittene: Tipps & Tricks für besseres Ranking bei lokalen Suchen	15
1. Bauen Sie eine Backlink-Struktur nach dem Vorbild ihrer Konkurrenten auf.....	15
2. Google My Business: Google Maps in die Webseite einbinden.....	15
3. Snippets (Meta-Tags) für mehr Klicks optimieren.....	15
4. Interne Verlinkung mit informativen (sowohl für Nutzer, als auch Crawler) Ankertexten.....	16
5. Ihre Webseitentexte in der richtigen Art und Weise mit den für Sie wichtigen Keywords “anreichern”.....	16
Teil 4: Lokales SEO für Profis: Tipps & Tricks für besseres Ranking bei lokalen Suchen	17
1. Strukturieren und auszeichnen Ihrer Daten: Schema.org	17
3. Die Nutzerfreundlichkeit auf mobilen Geräten verbessern	17
4. Schnelle Ladezeiten & responsive Webseite.....	18
Teil 5: Checkliste für die lokale Suchmaschinenoptimierung für Beginner und Fortgeschrittene als PDF zum Download.....	19
Teil 6: Fazit.....	19

Teil 1: Kurz und verständlich erklärt: lokale Suchmaschinenoptimierung.

1. Was bedeutet lokale Suchmaschinenoptimierung (lokale SEO)?

Die lokale Suchmaschinenoptimierung umfasst **alle Maßnahmen, die der besseren Platzierung einer Webseite in den SERPs** (Search Engine Result Pages – Suchergebnissen bzw. Suchergebnisseiten) **dienen**. Und dies im Hinblick auf Suchanfragen, die sich auf ein bestimmtes Einzugsgebiet, wie die Stadt oder die Region, beziehen. Also wenn bei Ihnen vor Ort gesucht wird.

Obwohl es mittlerweile eine Vielzahl von Suchmaschinen gibt, hat Google als Marktführer ausschlaggebende Wichtigkeit (vor allem im deutschsprachigen Raum), wenn es darum geht, von Kunden oder Interessenten online aufgefunden zu werden. Deshalb beziehen sich alle hier vorgestellten Maßnahmen auf die Verbesserung der Google-Rankings.

2. Warum ist die Suchmaschinenoptimierung für Ihr lokales Unternehmen wichtig?

Die **Verbesserung der lokalen Suchergebnisse** ist nicht nur wichtig, sondern je nachdem in welcher Branche Sie tätig sind, **existenziell**. Gute Auffindbarkeit im Internet führt zu mehr Kundenanfragen, mehr Kundenanfragen zu mehr Aufträgen, mehr Aufträge zu mehr Umsatz und mehr Umsatz zu einem **größeren Unternehmenserfolg**.

- **Besitzen Sie ein Ladengeschäft, eine Kanzlei, sind Sie als Arzt in einer Praxis lokal oder regional tätig oder führen Sie Handwerksarbeiten durch?**
- **Akquirieren Sie ihre Kunden überwiegend innerhalb eines bestimmten Einzugsgebiets?**

Dann ist es für Sie von fundamentaler Bedeutung bei den lokalen Suchanfragen ganz vorne zu landen, denn **lokale SEO hat hohes Kundenpotenzial**. Häufig nutzen potenzielle Kunden Suchmaschinen, um nach Geschäften oder Dienstleistern in ihrer Umgebung zu suchen. Und dies wird immer populärer, bei Nutzern aller Altersgruppen.

Je mehr Sie darauf angewiesen sind, neue Kunden oder Klienten zu akquirieren, die Ihr Ladengeschäft oder Ihre Praxis besuchen, desto wichtiger ist es, dass Sie ihr Unternehmen für die lokalen Suchergebnisse fit machen. **Ein großer Teil der Suchanfragen im Internet hat mittlerweile lokalen Bezug.**



Hier liegt gerade für neue Unternehmen und Geschäfte, die etwas abseits von hochfrequentierten Einkaufsstraßen liegen, eine große Chance. Denn **meist folgt der Google-Suche** nach einem Restaurant oder Arzt in der Nähe **auch ein Besuch vor Ort**. Wenn Sie Ihre **Webseite** also für Google und Co. **so optimieren**, dass sie für Ihre Kundschaft besser auffindbar sind, kann das **bares Geld wert sein** und Ihren Umsatz steigern. [Ausführliche Tipps und Praxishilfen für Ihr Online-Marketing finden Sie hier.](#)

Die lokale Suchmaschinenoptimierung ist also **für alle Unternehmen relevant, die auch oder nur lokal tätig sind.**

3. Die wichtigsten Rankingfaktoren für die lokale Suchmaschinenoptimierung im Überblick.

Suchmaschinen wie Google haben das **oberste Ziel** zu den eingegebenen Begriffen die besten Ergebnisse zu liefern. Dabei soll **der Nutzer genau das finden, wonach er sucht**. Niemand würde Google, Bing, Yahoo & Co. verwenden, würden sie nicht den gewünschten Zweck erfüllen. Und dieser ist es, **innerhalb kürzester Zeit die relevantesten Informationen** zu den jeweiligen Begriffen zu erhalten.



Und nicht nur das: Das Ergebnis soll nicht nur zu den eingegebenen Begriffen passen, sondern möglichst das bestmögliche Ergebnis sein. Im besten Fall für Google und den Nutzer ist das erste Suchergebnis gleich der perfekte Treffer und der Nutzer muss nicht auf „Zurück“ klicken, um die nächsten Ergebnisse zu prüfen. Um dies so gut wie möglich anzubieten, nutzen die Suchmaschinen Platzierungen.

Schon lange ist klar: Je weiter vorne eine Webseite sich in den SERPs platziert, desto größer ist die Chance, dass der Internetnutzer auf diese Webseite klickt. Für die Bewertung der Webseiten hinsichtlich der Qualität, werden die Seiten an bestimmten Kriterien gemessen.

Die wichtigsten Faktoren, die Ihr Ranking bei der lokalen Suche beeinflussen haben wir hier für Sie in einer Übersicht zusammengestellt:

- ! **On-page Faktoren:** Informationen aus der Webseite selbst (u.a. URL, Titel, Keyword, Inhalte, Ladezeit, interne Verlinkung)
- ! **My-Business Faktoren:** Informationen in oder aus Ihrem Google My Business-Profil.
- ! **Externe Faktoren:** Nennungen der Webseite auf anderen Webseiten (Backlinks).
- ! **Link-Faktoren:** Informationen über Verlinkungen der Webseite.
- ! **Bewertungsfaktoren:** Informationen über Bewertungen des Unternehmens.
- ! **Soziale Faktoren:** Informationen von Sozialen Medien.
- ! **Verhaltensfaktoren:** Informationen über die Nutzung (auch von mobilen Endgeräten).
- ! **Personalisierung:** Die personalisierte Google-Suche.

Mit Hilfe dieser Rankingfaktoren versuchen die Suchmaschinen die Masse an Inhalten im Internet **so zu bewerten**, dass bei Suchanfragen **die besten Ergebnisse abgebildet** werden können.

Es gilt also **diese Kriterien zu verbessern**, damit Sie in Zukunft von potenziellen Kunden in Ihrer Region oder Ihrer Stadt gefunden werden können. Wie Sie dabei vorgehen und welche Punkte dabei am wichtigsten sind, erfahren Sie in den folgenden Abschnitten.

Teil 2: Grundlagen zur lokalen Suchmaschinenoptimierung (lokale SEO):

7 einfach umzusetzende Tipps für jedes lokale Unternehmen.

Nachdem wir nun geklärt haben, wie wichtig die Verbesserung der Ergebnisse bei lokalen Suchanfragen ist, richtet sich der nächste Abschnitt an alle, die bisher noch nicht strategisch eine lokale SEO durchgeführt haben und dementsprechend auf den ersten Ergebnissen in der lokalen Suche nicht zu finden sind. Die nächsten **7 Punkte zählen zu den wichtigsten**, die es zu überarbeiten gilt, wenn Sie die Webseite Ihres lokalen Unternehmens für die Suchmaschinen optimieren möchten.

Gehen Sie hierbei am besten Schritt für Schritt vor.

So erreichen Sie das beste Ergebnis und dadurch wiederum **mehr Reichweite in der lokalen Suche**.

1. Präsentieren Sie auf Ihrer Webseite sowohl sich, als auch Ihr Unternehmen, von Ihrer besten Seite.

Ihre Unternehmenswebseite ist viel mehr, als nur eine Visitenkarte: Sie ist die Plattform, auf welcher Sie **Ihr Unternehmen und Ihre Produkte sowie Dienstleistungen präsentieren**.



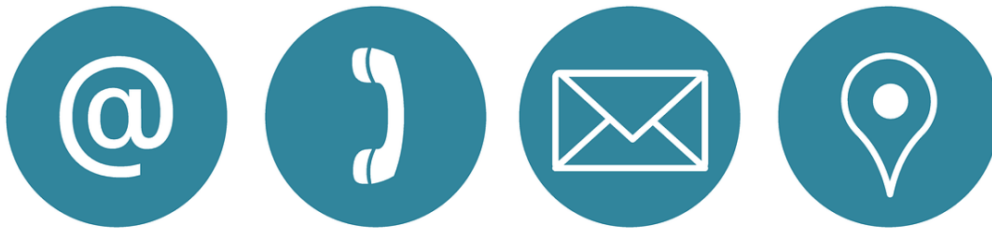
Wie im realen Leben, so zählt auch im Internet **der erste Eindruck**. Legen Sie deshalb besonderes Augenmerk auf die Art und Weise, wie Sie sich dem Besucher vorstellen. Machen Sie es dem potenziellen Interessenten so einfach und bequem wie möglich Sie zu kontaktieren und/oder persönlich zu besuchen.

Beachten Sie hierbei insbesondere folgende Punkte:

- Geben Sie **ausführliche Informationen** über Ihr Geschäft und Ihr Angebot.
- Stellen Sie **Fallstudien** vor: Am besten von Anfang bis Ende der Arbeit. Wie sah es vorher aus und was war das Resultat? Fotos und Videos pepen das noch auf.
- **Beantworten Sie möglich alle potentiellen Fragen**, die ein potentieller Interessent haben könnte.
- Ergänzen Sie Texte mit **visuellen Hinguckern**, wie Fotos vom Team und vom Arbeitsablauf.
- Eine sehr gute und **wichtige Ergänzung sind auch Videos**. Das können kurze Videos sein, in welchen Sie sich und Ihr Unternehmen vorstellen, oder auch eine Ihrer Dienstleistungen, ein Arbeitsablauf und Fragen beantworten. Im Endeffekt alles was dem Seitenbesucher **einen persönlichen Einblick in Ihre Firma** und deren Arbeitsabläufe gibt.

2. Tragen Sie gut sichtbar direkte Kontaktinformationen ein: Stichwort NAP.

Dies ist in jedem Fall zu beachten: NAP steht für die Adressdaten Ihres Unternehmens.



N = Name
A = Address
P = Phone

Diese NAP-Daten sollten Sie **identisch überall eintragen**, wo Ihre Firma im Internet auftaucht. Neben Ihrer Webseite gehören hierzu auch Eintragungen in **Branchenverzeichnisse und Webkataloge** (z.B. yelp.de oder Foursquare für Restaurants).

Hat Ihr Unternehmen nur einen Standort, eignet sich der der Footer Ihrer Unternehmenswebseite um **alle nötigen Kontaktinformationen** einzutragen. So sind sie jederzeit zugänglich und für den Besucher auf Anhieb auffindbar.

Ergänzen Sie Kontaktinformationen mit einer **Anfahrtsbeschreibung**. Bei verborgeneren Standorten sind Fotos vom Weg / Eingang eine willkommene Unterstützung. So kann Ihr Kunde Sie problemlos finden. Nach dem **Anfahrtsweg und nach den Öffnungszeiten** wird sehr häufig gesucht, weshalb **diese Zusatzinformationen auf keinen Fall fehlen dürfen**.

Bei Ihrer Vorstellung geht es auch darum, dass Sie den Besuchern und auch Google verdeutlichen, dass Sie lokal bzw. regional tätig sind. Je besser dies gelingt, desto besser sind Sie bei lokalen Suchanfragen nicht nur auffindbar, sondern landen in den Suchergebnissen ganz vorne.

3. Sorgen Sie für erstklassige Inhalte (Content) auf Ihrer Unternehmenswebseite.

Wie im ersten Teil beschrieben, ist der Zweck von Suchmaschinen, den Nutzern die besten Ergebnisse und Inhalte zu liefern. Legen Sie deshalb Wert auf die Qualität der Informationen, die Sie veröffentlichen. Qualitativ hochwertigen Content erstellen Sie, indem Sie

- **Artikel** für die wichtigsten Themen in Ihrem Arbeitsbereich erstellen.
- Zu oft gestellten Fragen Antworten in Form von **Kurzartikeln** schreiben (oder **FAQ** verfassen).
- **Ausführliche Artikel** mit Multimedialinhalten liefern

4. Legen Sie ein Google My Business Profil an und pflegen Sie dieses.



Die Einrichtung eines Google-Profiles ist kostenlos und einfach. Tragen Sie soweit wie möglich die nötigen Informationen ein. **Als absolutes Minimum gelten hier:**

- ihre **Geschäftsadresse** und Stichworte zu Ihrem Unternehmen,
- die **Öffnungszeiten**,

- eine **Telefonnummer** und
- einige **Fotos**, welche Sie ab und zu tauschen sollten.

Neben diesen Basisinformationen haben Sie die Möglichkeit kurze Beiträge zu Ihrem Unternehmen zu veröffentlichen. **Nutzen Sie diese Möglichkeit!** Seien Sie aktiv und Google wird dies als positives Signal werten. Dies ist kaum aufwändig und wird von dem meisten Unternehmen nicht gemacht.

! Wichtig: Lassen sie sich Ihren Standort von Google bestätigen!

5. Sammeln Sie Kundenbewertungen und Rezensionen.

Nicht nur für Suchmaschinen sind gute Bewertungen ein Plus. Mehr und mehr verlassen sich Internetnutzer auf die Erfahrungen anderer Kunden.



Gute Bewertungen zu sammeln ist eine **sehr gute Methode, um für ein positives Bild Ihres Unternehmens zu sorgen**. Weisen Sie deshalb Ihre Kunden immer wieder auf die Bewertungsmöglichkeiten hin. Nach und nach generieren Sie so mehr und mehr (und hoffentlich auch positive) Kundenstimmen.

Eine **entscheidende Rolle spielen hierbei die Google-Rezensionen** (Google liebt natürlich seine eigenen Rezensionen), für diese ist jedoch ein Google-Konto erforderlich. Aber auch weitere Plattformen können wertvoll sein, denn hier ist meistens keine separate Anmeldung erforderlich. Hierzu zählen unter anderem

- [Proven Expert, für authentische Bewertungen.](#)
- [Ausgezeichnet.org, das Gütesiegel mit dem Sie Kundenvertrauen aufbauen.](#)



Proven Expert

Ihre Kunden schreiben die Bewertungen für Sie, aber vergessen sie nicht, **auf alle Rezensionen möglichst zeitnah zu antworten**. So senden Sie nochmals **ein zusätzliches positives Signal** an Ihre Kunden und an die Suchmaschinen. Auch dies ist eine wenig genutzte aber dafür effektive Methode, das die meisten Unternehmen nicht nutzen.

6. Tragen Sie Ihr lokales Unternehmen in Branchenbücher ein (local citations).

Aus früheren Zeiten ist das vielen noch bekannt: Suchte man nach einem Unternehmen jeglicher Art, schlug man das „dicke gelbe Buch“ auf und hatte im Nu eine recht große Auswahl vor sich.

Ähnlich funktioniert es heute auch noch. Allerdings online und immer aktuell. Die Gelben Seiten sind nach wie vor eines der wichtigsten Verzeichnisse für Firmen aller Art. Und dies branchenübergreifend. **Vergessen sie deshalb nicht einen Eintrag in den wichtigsten Verzeichnissen.**



Neben den bekannten „Gelben Seiten“ sind das zum Beispiel:

- [Foursquare](#)

- [Branchenbuch Deutschland](#)
- [BranchenInfo](#)
- [Meine Stadt](#)
- [Das Örtliche](#)
- [Cylex](#)
- [11880.com](#)
- [hotfrog](#)
- [Yelp](#)

Neben allgemeinen Firmenverzeichnissen, gibt es einige **sehr wichtige Plattformen, die sich auf bestimmte Branchen spezialisiert haben:**

Bei der Suche nach einem guten Arzt verlassen sich viele Patienten auf das Verzeichnis und Bewertungssystem von [Jameda](#), einen Handwerker findet man einfach auf [Myhammer](#) und ein Anwalt ist über [Anwalt.de](#) schnell gefunden.

Sollte Ihr Geschäft zu einem dieser Branchen gehören, darf ein Eintrag auf der jeweiligen Plattform nicht fehlen. Wenn nicht, finden Sie heraus, welche Verzeichnisse in Ihrer Branche am wichtigsten sind und tragen Sie sich in diesen ein.

Ein Tipp hierzu: Sie werden schnell merken, dass das Angebot an Firmenverzeichnissen sehr groß ist. Nicht alle dieser Online-Verzeichnisse sind gleichwertig sinnvoll für Ihr Suchmaschinenmarketing.

Deshalb ist es **ratsam, eine Auswahl zu treffen**. Am einfachsten geht das, indem Sie schauen, in welchen Verzeichnissen ihre größten und erfolgreichsten Wettbewerber eingetragen sind.

Erstellen Sie eine Liste und machen sie es ihren Konkurrenten einfach nach.

Ebenfalls sinnvoll ist es sich auf allen Verzeichnissen einzutragen, die sich für Ihre Branche auf den ersten 3 Ergebnisseiten von Google befinden. Denn diese Branchenverzeichnisse machen auch offensichtlich etwas richtig, wenn sie es schaffen so weit bei Google hochzukommen (*Beispiel: Suchen Sie „Zahnarzt Berlin“, tragen Sie sich in allen Branchenverzeichnissen der ersten 3 Seiten von Google ein*).

Denken Sie auch hier wieder daran, dass Sie auf allen **Portalen immer die exakt gleichen Daten eintragen**. So kommt Google nicht durcheinander.

Lediglich frei zu erstellende Texte wie **die Unternehmensbeschreibung sollten Sie variieren!**



Und noch ein Praxistipp hierzu: Erstellen Sie ein Textdokument mit den wichtigsten Unternehmensdaten. So können Sie bei jedem neuen Eintrag die Information einfach kopieren und sich sicher sein, dass überall genau das gleiche steht.

Nehmen Sie sich auch die Zeit, einmal **zu prüfen, auf welchen Seiten und Verzeichnissen Sie mit welchen Informationen bisher eingetragen sind**, und gleichen Sie diese Eintragungen an.

Und noch etwas: Legen Sie sich eine Liste mit den Verzeichnissen und Plattformen an, in denen Sie Ihr Unternehmen eingetragen haben. Wenn Sie diese Liste konsequent führen und sich in der Zukunft einmal Ihre Unternehmensdaten ändern sollten, sparen Sie auf diese Art und Weise viel Zeit.

7. Generieren Sie Verweise auf Ihr lokales Unternehmen über Backlinks.

Wenn andere Webseiten über einen Link auf Ihre Seite verweisen, wird das von Suchmaschinen als Empfehlung aufgefasst. Je mehr Empfehlungen Sie von anderen Seiten erhalten, desto besser wird Ihre Reputation in den Augen der Suchmaschinen.

Doch Vorsicht: die Qualität der Webseiten von der der Link kommt, ist hierbei sehr wichtig. Deshalb sollte es nicht darum gehen, einfach möglichst viele Links zu erhalten. Versuchen Sie stattdessen **möglichst hochwertige Backlinks** zu generieren. Das ist in diesem Fall die sinnvollere Variante.

Ebenfalls wichtig ist die Relevanz der verlinkenden Webseite. Ein Link von einer Webseite zum Thema Motoröl wird einem Anwalt für Sozialrecht nur wenig nutzen.

Einige Möglichkeiten hochwertige Verlinkungen zu erhalten:

- Fragen Sie **Partnerfirmen und Kunden** nach Verlinkungen.
- **Lokale Presse erhalten** (z.B. Pressevertreter zu Veranstaltungen, Projekten oder Produktvorstellungen einladen und „pressewürdige“ Aktivitäten machen)
- **Expertenorganisationen beitreten** und im Profil Links auf die eigene Seite bekommen (stärkt auch Ihre Reputation).
- **Gastbeiträge in Fachmagazinen** und hochwertigen Branchenportalen (positionieren Sie sich auch außerhalb Ihrer Webseite als Experte).
- **Beteiligen Sie sich aktiv** und regelmäßig an themenspezifischen **Diskussionen in Online-Foren**.

Haben Sie die bisher erwähnten 7 Punkte abgearbeitet, sind sie schon ein gutes Stück weiter in der Verbesserung ihres lokalen Suchmaschinenmarketings. Sie haben hiermit eine gute Basis

geschaffen, um sich noch weiter zu verbessern. Wie sie das genau anstellen, davon handelt der folgende Abschnitt mit fortgeschrittenen Tipps und Praxishilfen für Fortgeschrittene.

Teil 3: Lokales SEO für Fortgeschrittene: Tipps & Tricks für besseres Ranking bei lokalen Suchen

1. Bauen Sie eine Backlink-Struktur nach dem Vorbild ihrer Konkurrenten auf

Im vorangegangenen Abschnitt wurde schon beschrieben, wie wertvoll qualitativ hochwertige Backlinks (also Verlinkungen von anderen Webseiten) für das Ranking in den Suchergebnissen sind. Eine sehr effiziente Möglichkeit ist es, wenn Sie die Struktur der Backlinks ihrer Konkurrenten nachbauen. Denn Ihre Konkurrenten haben sich bereits die Arbeit gemacht. Weshalb also das Rad neu erfinden?

Ein hilfreiches und kostenloses Tool hierfür ist z. B. openlinkprofiler.org. Hiermit finden Sie in aller Kürze heraus, welche Links ihr Wettbewerb hat und können schauen, ob diese auch für Sie interessant sein könnten. Für den Anfang gibt dieses Analyse-Tool mit in seiner kostenlosen Version erste Einblicke in die Backlink-Analyse.

2. Google My Business: Google Maps in die Webseite einbinden.



Wollen Sie Ihren Besuchern auf einfache Weise **die Anfahrt zu Ihrem Geschäft** erklären, dann machen sie das am besten, indem sie [Google Maps benutzen und in Ihre Webseite](#) einbetten. Damit freut sich nicht nur der Besucher, auch Google wertet **die Einbindung von Google Maps als positives Signal**. Es unterstreicht Ihre lokale Ausrichtung.

Zusatz Tipp: Immer mehr User nutzen Ihr Mobiltelefon für die Internetnutzung. Gerade unterwegs hat dies viele Vorteile. Da der Anteil an iPhone-Besitzern nicht gering ist, macht es auch Sinn, wenn Sie ihr Unternehmen bei [Apple Maps registrieren](#). Ebenfalls kommt [„Bing Places for Business“](#) für eine Eintragung in Frage.

3. Snippets (Meta-Tags) für mehr Klicks optimieren.

Bei der Entscheidung des Internetnutzers auf welche Seite er klickt, ist nicht nur die Rangfolge der Suchergebnisse von Bedeutung. **Eine wichtige Rolle spielt auch der Text**, der bei Ihrem Suchergebnis angezeigt wird, das sogenannte **Snippet**:

▷ **21 Online-Marketing-Tipps: Einfache Praxishilfen für mehr Besucher ...**
<https://www.netzbekannt.de/online-marketing-tipps-tricks-praxishilfen/> ▼
13.06.2018 - 21 einfache **Online-Marketing-Tipps** & Tricks für Social-Media, SEO, PPC: Einfach umzusetzende Praxis-Hilfen ⇒ Kostengünstig ✓ Mehr ...

Nutzen Sie deshalb die Möglichkeit, die **Meta-Tags persönlich und ansprechend** zu gestalten. Hierbei können Sie den Meta-Titel (der blaue obere Text im Screenshot) und die Meta-Description (der schwarze untere Text im Screenshot) selbst festlegen und die Internetnutzer dazu bringen auf ihren Link zu klicken

4. Interne Verlinkung mit informativen (sowohl für Nutzer, als auch Crawler) Ankertexten.

Nicht nur Links von anderen Webseiten sind wichtig für Ihre Auffindbarkeit bei lokalen Suchen. Auch wie Sie Seiten innerhalb Ihrer Unternehmenswebseite verlinken, hat Einfluss auf diese. Schauen Sie deshalb auf Ihrer Webseite, an welchen Stellen Sie sinnvoll auf andere Teilbereiche und Seiten Ihrer Domain verlinken können. So verteilen Sie den „SEO-Juice“ also SEO-Wertigkeit von einzelnen Unterseiten optimal über Ihre ganze Webseite hinweg. Gleichzeitig helfen Sie Google die Struktur Ihrer Webseite und die Beziehungen zwischen den Themen besser zu verstehen.

5. Ihre Webseitentexte in der richtigen Art und Weise mit den für Sie wichtigen Keywords „anreichern“.

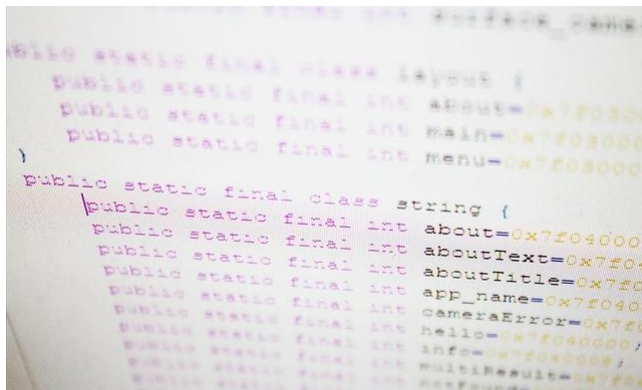
Die Texte, die Sie auf Ihrer Unternehmenswebseite veröffentlichen, sollten auch Keywords beinhalten, mit denen Ihre Webseite gefunden werden soll. Übertreiben Sie es an dieser Stelle aber nicht. Die **Keyworddichte sollte maximal 2% betragen**. In erster Linie sollten Sie Ihre Texte immer für Besucher schreiben, nicht für Suchmaschinen.

Teil 4: Lokales SEO für Profis: Tipps & Tricks für besseres Ranking bei lokalen Suchen

Dieser vierte und abschließende Teil unseres Artikels richtet sich an diejenigen Leser, die schon einiges an Maßnahmen umgesetzt haben und Ihre lokalen Suchmaschinenergebnisse jetzt noch weiter verbessern möchten und sich schon etwas mit dem Thema auskennen. Für Sie haben wir **folgende 3 Tipps** zusammengestellt, mit welchen dies gelingt.

1. Strukturieren und auszeichnen Ihrer Daten: Schema.org.

Erhalten Sie die Aufmerksamkeit der Suchmaschinen, die Sie verdienen. Bei [Schema.org](https://schema.org) geht es darum, Daten auf Ihrer Webseite so zu kennzeichnen, dass diese von den Suchmaschinen leichter verarbeitet werden können.



Unter **strukturierten Daten** versteht man **Kennzeichnungen von Elementen wie Bildern, Texten oder Links im Quellcode Ihrer Webseite**. Mit vielen Content Management Systemen (CMS, z. B. WordPress) ist diese Kennzeichnung möglich.

Der zusätzliche Aufwand, Daten auf Ihrer Webseite strukturiert auszuzeichnen, kann sich für Ihr Suchmaschinenranking lohnen. Denn damit machen Sie es den Crawlern der Suchmaschinen besonders einfach, die Inhalte Ihrer Webseite einordnen zu können. Und dies wiederum bedeutet, dass dem Internetnutzer besonders gut nur relevante Suchergebnisse angeboten werden können.

Von den Auszeichnungen der Daten im Quellcode bekommt der Webseitenbesucher außerdem nichts mit, da diese nicht sichtbar sind.

3. Die Nutzerfreundlichkeit auf mobilen Geräten verbessern

Fast jeder besitzt heutzutage ein Smartphone mit mobilem Internet, das den Zugang zu Informationen zu jeder Zeit und von nahezu jedem Ort aus möglich macht. Egal ob in der eigenen Stadt oder im Urlaub. Die Suchmaschinen machen es möglich, dass wir selbst an fremden Orten in kürzester Zeit das beste Restaurant oder den nächsten Blumenladen finden.



Da viele potenzielle Kunden diese Möglichkeit nutzen, sollten sie als Unternehmen es sich nicht entgehen lassen auch über die mobile Internetsuche gut gefunden zu werden. Damit der Besuch Ihrer Webseite per Handy nicht in Frust endet, stellen Sie sicher, dass die Inhalte Ihrer Unternehmensseite auch auf Mobiltelefonen korrekt und für den Kunden angenehm dargestellt

werden. So vermeiden Sie außerdem, dass Besucher sofort von Ihrer Webseite „abspringen“ und sich lieber ein anderes Suchergebnis anschauen.

Um herauszufinden, **wo eventuelle Schwachstellen** Ihrer Seite liegen bietet Google ein **Tool** an, mit dem Sie dies testen können und gibt Hinweise, was Sie verbessern sollten: [Test auf Optimierung für Mobilgeräte.](#)

4. Schnelle Ladezeiten & responsive Webseite

Die Ladezeit Ihre Webseite hat Auswirkungen auf Ihre Platzierung in der Google-Rangliste. Denn je **schneller die Inhalte auf Ihrer Webseite für den Kunden dargestellt** werden, desto angenehmer ist das und desto geringer die Wahrscheinlichkeit, dass ein Besucher frustriert die Webseite sofort wieder verlässt. Für die Suchmaschinen ist eine kurze Ladezeit ein **weiteres Indiz für gute Qualität**. Und dies wird mit besseren Rankings belohnt.

Hinweis: [Ryte bietet hier einen ausführlichen Leitfaden an, wie Sie Ihre WordPress-Webseite beschleunigen können.](#)

Gleiches gilt für die **Benutzerfreundlichkeit auf unterschiedlichen Endgeräten**: hierbei wird darauf Wert gelegt, dass die Webseiteninhalte auf unterschiedlichen Geräten gleichbleibend gut dargestellt werden. Hierbei handelt es sich nicht um eine Modeerscheinung. Die Zahlen der Smartphone- und Tabletverkäufe steigt, sodass auch die Internetnutzung auf diesen Geräten weiter zunimmt. Denken Sie also daran, Ihre Webseite auch im Hinblick auf die Nutzung durch mobile Endgeräte zu optimieren.

Teil 5: Checkliste für die lokale Suchmaschinenoptimierung für Beginner und Fortgeschrittene als PDF zum Download

Eine Menge an Tipps und Tricks zur Verbesserung des Rankings bei lokalen Suchanfragen haben wir für Sie in den oberen Abschnitten dargestellt. Damit Sie diese als einfache Anleitung immer bereit haben, haben wir Ihnen die folgende kostenlose Checkliste zusammengestellt.

Hier sind alle wichtigen To-Do's unseres Ratgebers übersichtlich für Sie zusammengefasst. Sie können Schritt-für-Schritt die wichtigsten Punkte zur lokalen SEO abarbeiten und haben so immer alles im Blick.

Starten Sie mit den SEO-Grundlagen und arbeiten sich im Laufe der Zeit durch die einzelnen Arbeitsschritte. Die Checkliste ist hierbei eine Hilfestellung, die für Effizienz sorgt. So verzetteln sie sich nicht und behalten immer den Überblick.



[Hier die Checkliste für die lokale Suchmaschinenoptimierung für Beginner und Fortgeschrittene herunterladen.](#)

Probleme mit der Ansicht?

Für das Öffnen der Checkliste benötigen Sie einen PDF-Reader. Falls dieser noch nicht auf Ihrem Computer installiert ist, [klicken Sie hier und laden sich die neueste Version des Acrobat-PDF-Readers herunter.](#)

Teil 6: Fazit

Auch wenn die Liste an Maßnahmen zur lokalen SEO auf den Blick sehr lange und aufwändig erscheint. Ganz so schlimm ist es nicht. Sie müssen nicht alle der genannten Schritte auf einmal abarbeiten. Planen Sie einfach regelmäßige Arbeitsschritte in ihren Arbeitsalltag ein und arbeiten sich so Stück für Stück durch die einzelnen Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung.

Wichtig ist, dass Sie kontinuierlich an Ihrem Ranking bei lokalen Suchanfragen arbeiten. Nur so kann Ihr lokales Unternehmen von den Suchenden auch als solches wahrgenommen werden. Und hierfür sind die Punkte im ersten Teil des Artikels die Grundlage.

Wie sie sehen haben [wir von Netzbekannt](#) uns alle Mühe gegeben, damit sie ihr lokales SEO selbstständig voranbringen können.

Da es aber nicht immer ganz ohne Hilfe geht, stehen wir Ihnen gern mit Rat und Tat zu Seite und unterstützen Sie dabei Ihre Auffindbarkeit im Netz zu verbessern.


Gerne führen wir auch die komplette lokale Suchmaschinenoptimierung für Sie durch oder beraten Sie bei der Durchführung.

Oder haben Sie Fragen zu weiteren Themen des Online-Marketings?

Dann zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns einfach direkt, damit wir ihnen dabei helfen können im Netz bekannter zu werden.

Mit freundlichen Grüßen


Jascha Bechmann


Gabriel Gelman



Jascha Bechmann (M.Sc.)
Geschäftsführer

j.bechmann@netzbekannt.de



Gabriel Gelman (M.Sc.)
Geschäftsführer

g.gelman@netzbekannt.de

Netzbekannt – Ihre Agentur für effektive Internetwerbung

Netzbekannt macht Sie im Netz bekannt.

E-Mail: info@netzbekannt.de

Website: www.netzbekannt.de