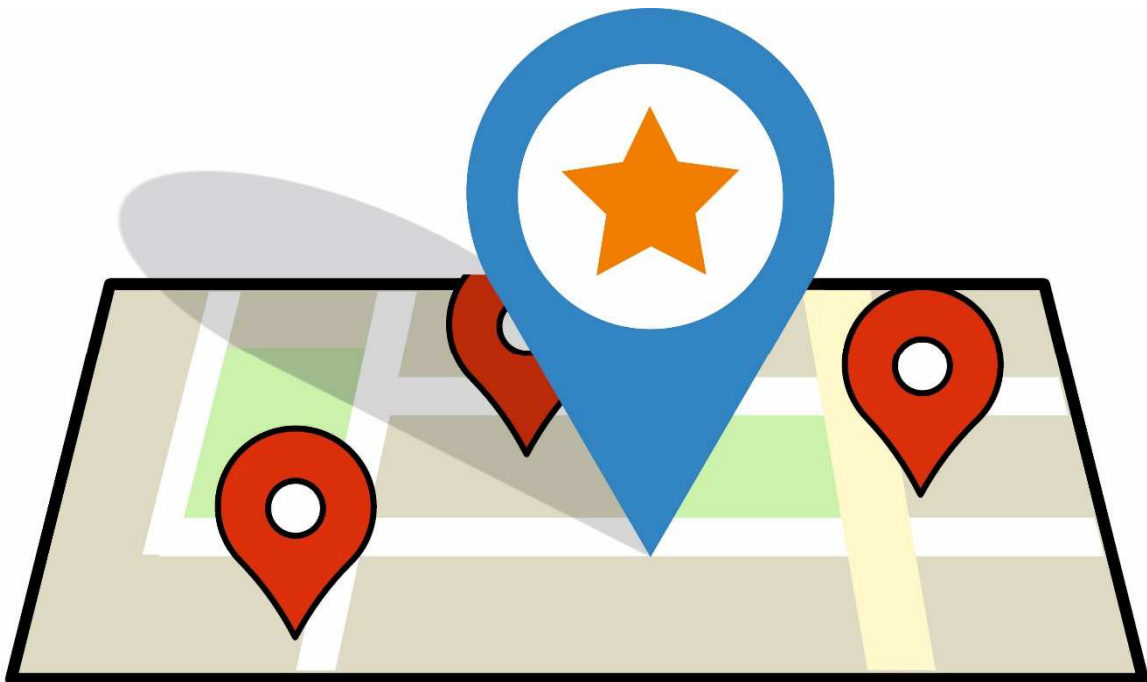


Local SEO

Suchmaschinenoptimierung vor der Haustür



Michael Melson



Vorwort

Suchmaschinenoptimierung ist ein absolutes "Muss" für jede Website. Eine Seite, die nicht gefunden wird ist für den Betreiber komplett wertlos (Ausnahmen sind natürlich Seiten, die nicht gefunden werden sollen – wie z. B. Firmennetzwerke, geschlossene Gruppen etc.).

Um in die Top 10 der Suchergebnislisten zu kommen muss man schon etwas Arbeit in seine Seiten stecken. Bei vielen Seitenbetreibern ist die Erwartungshaltung dort viel zu hoch, weil sie versuchen mit dem Hauptsuchbegriff deutschlandweit auf die erste Seite zu kommen. Das KANN in den meisten Fällen gar nicht funktionieren.

Der Grund ist einfach: Nehmen wir einmal das Beispiel "Zahnarzt". Es gibt ca. 50.000 niedergelassene Zahnärzte in Deutschland. Man darf getrost davon ausgehen, dass die überwiegende Mehrzahl eine Homepage hat und bei Google gefunden werden möchte. Platz 1 mit dem Suchbegriff "Zahnarzt"? Keine Chance!

Versuchen wir es etwas einzugrenzen mit "Zahnarzt Berlin" – hier buhlen immer noch rund 2.500 Praxen um die ersten zehn Plätze. Zwar gibt es hier einzelne Praxen, die es dorthin geschafft haben – es stellt sich aber die Frage, welchen Nutzen das für den Patienten hat! Wer im Bezirk Köpenick ganz im Südosten der Stadt Zahnschmerzen hat, wird wenig Interesse an einem Zahnarzt in Tegel am anderen Ende der Stadt haben.

Diese Faktoren berücksichtigt Google seit etwa 2007 in der standortbezogenen Suche. Hier erfahren Sie die Hintergründe und wie Sie Ihre Seiten fit machen können für neue Kunden aus Ihrer Region!



Was ist eine "lokale Suche"?

Von lokaler Suche sprechen wir, wenn der geografische Bereich in dem gesucht wird eingeschränkt wird. Sei es durch die Angabe eines Ortsnamens oder die (unbewusste) Bekanntgabe des eigenen Standortes in Zusammenhang mit dem Suchbegriff (z. B. "Restaurant Hamburg").

Google und andere relevante Suchmaschinen sind im Sinne der Kundenbindung stark daran interessiert, möglichst relevante Ergebnisse zu liefern. Um das zu erreichen fließt der Standort des jeweiligen Nutzers in die Auslieferung der Suchergebnisse mit ein. Diesen Umstand nutzen wir beim Local SEO, um Websites für Suchanfragen mit lokalem Bezug zu optimieren.

Neben Google spielen hier noch viele weitere Faktoren eine Rolle.

Bringt mir Local SEO etwas?

Das Internet ist vorrangig ein "Pull-Medium". D. h. der Nutzer möchte die gewünschten Informationen aus dem Netz **ziehen**. Und das so einfach und bequem wie möglich bitte!

Wenn Sie heute noch Anzeigen im Branchenbuch / den gelben Seiten schalten, sollten Sie das dafür verwendete Geld lieber in eine vernünftige Website und Suchmaschinenoptimierung investieren. Der Return on Invest ist in der Regel viel höher und vor allem **messbar**!

Ihre Kunden blättern nicht in Büchern um Sie zu finden. Sie tippen Ihre Wünsche in das Smartphone, das sie 24 Stunden täglich an jedem Ort begleitet. Dass Ihr Angebot – sofern es in der Nähe ist – angezeigt wird erwarten die User. Wenn nicht: Pech gehabt!

Lassen Sie uns daran arbeiten!

- Man **erwartet** Suchergebnisse in seiner Nähe
- Zu 90% wird nach Dienstleistungen, Bewertungen und Produkten in der Nähe gesucht

- Wer nach Dienstleistungen oder Produkten in der Nähe sucht, hat eine hohe kurzfristige Kaufbereitschaft

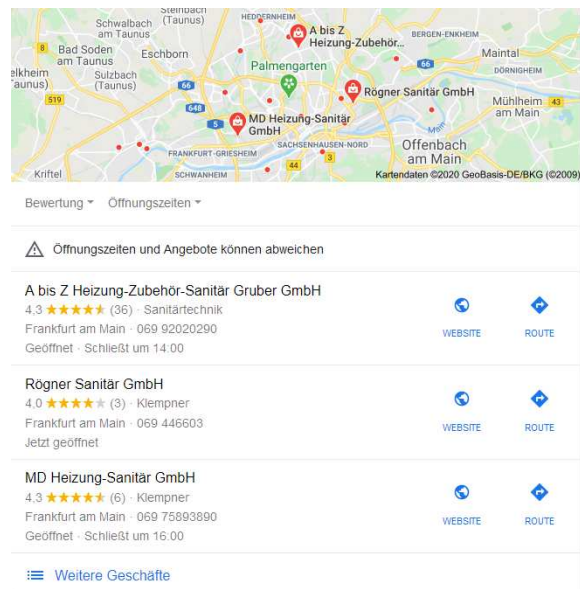
Da das Smartphone den Standort des Nutzers über den Browser auch der Suchmaschine mitteilt, "weiß" z. B. Google welche Suchergebnisse dort am relevantesten sind.

Sie können die Auftritte Ihres Unternehmens so optimieren, dass Ihr Angebot genau den Nutzern angezeigt wird, die jetzt und hier danach suchen. Werden Sie gefunden, sind Ihre Chancen, aus diesem User Ihren Kunden zu machen ziemlich groß!

Wie entstehen die Suchergebnisse?

Google & Co. Sind recht clever, wenn es darum geht die relevantesten Ergebnisse zusammenzustellen. Sucht man zum Beispiel "Sanitärbetrieb Frankfurt", ist der lokale Bezug in der Anfrage bereits enthalten. Das ist nachvollziehbar.

(rechts Screenshot der Suche am 06.08.2020 von Schwentimental aus)



Bewertung ▾ Öffnungszeiten ▾

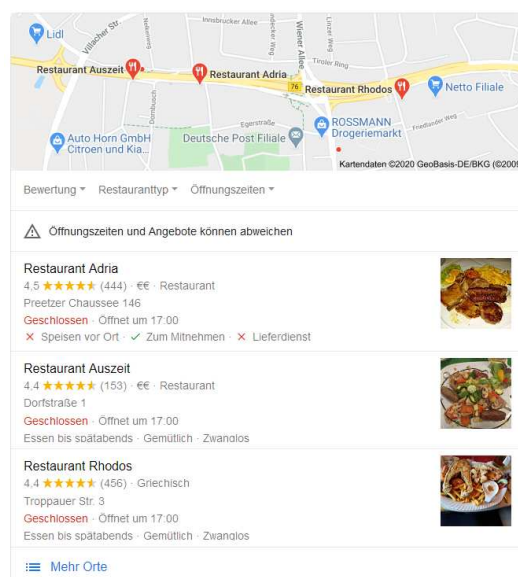
⚠ Öffnungszeiten und Angebote können abweichen

A bis Z Heizung-Zubehör-Sanitär Gruber GmbH	4.3 ★★★★★ (36) · Sanitärtechnik	WEBSITE	ROUTE
Rögner Sanitär GmbH	4.0 ★★★★★ (3) · Klempner	WEBSITE	ROUTE
MD Heizung-Sanitär GmbH	4.3 ★★★★★ (6) · Klempner	WEBSITE	ROUTE

☰ Weitere Geschäfte




Wie kann es aber sein, dass Sie bei der einfachen Suche "Restaurant" vorrangig Treffer im unmittelbaren Umfeld erhalten?

(rechts Screenshot der Suche am 06.08.2020 von Schwentimental aus, selber Rechner)



Bewertung ▾ Restauranttyp ▾ Öffnungszeiten ▾

⚠ Öffnungszeiten und Angebote können abweichen

Restaurant Adria	4.5 ★★★★★ (444) · €€ · Restaurant	
Restaurant Auszeit	4.4 ★★★★★ (153) · €€ · Restaurant	
Restaurant Rhodos	4.4 ★★★★★ (456) · Griechisch	

☰ Mehr Orte

Egal, ob Sie das Smartphone, ein Tablet, Laptop oder einen PC nutzen: Die Suchergebnisse sind immer in der Nähe. Je nach Gerät nutzt Google dafür die Daten, die Sie liefern. Beim Smartphone



ermöglicht das in erster Linie der GPS-Dienst oder eine telemetrische Berechnung des Standortes über die umliegenden Funkmasten. Bei Geräten, die in ein WLAN eingeloggt sind gibt die IP Adresse Auskunft über den Standort und, und, und – Google weiß wo Sie sind und in den meisten Fällen profitieren Sie davon.

Local SEO – wie mache ich das?

Prinzipiell gibt es ein paar "Basics", mit denen Sie auch ohne spezielle Kenntnisse eine Menge bewegen können.

Die allereinfachste Maßnahme wäre die Übernahme des lokalen Eintrags Ihres Unternehmens, den Google automatisch aus Branchenbüchern, Verzeichnissen, Telefonbüchern etc. erstellt.

Googeln Sie sich einmal selbst und klicken Sie "Ihren" Eintrag an. Wenn Sie dort folgendes sehen, sollten Sie handeln!

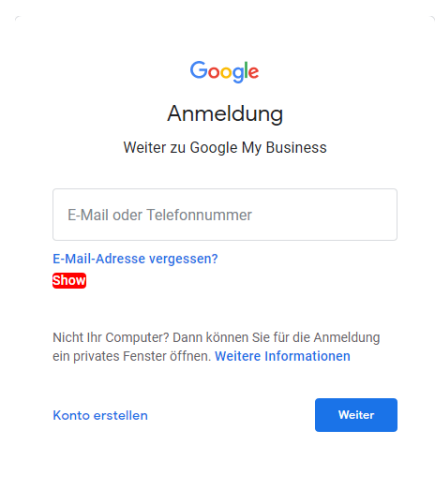


Inhaber dieses Unternehmens?

Natürlich sind Sie das!

Lassen Sie uns den Eintrag unter Ihre Kontrolle bringen!

Klicken Sie dazu auf die Frage. Sie werden weitergeleitet zu Google MyBusiness. Wenn Sie bereits ein GMail-Konto haben loggen Sie sich ein. Ansonsten klicken Sie auf "Konto erstellen".



Sie werden weitergeleitet auf eine Zusammenfassung, in der Sie bestätigen, dass es sich bei dem Eintrag um Ihr Unternehmen handelt:



Unternehmen verwalten,
um auf Rezensionen zu
antworten, Informationen
zu bearbeiten und vieles
mehr

Wenn Sie fortfahren, akzeptieren Sie dadurch
die [Nutzungsbedingungen](#) und die
[Datenschutzerklärung](#)

[Jetzt verwalten](#)

[Ich bin Inhaber bzw. Verwalter eines anderen Unternehmens](#)

Danach folgt die Einrichtung der Basisdaten. Hier können Sie den Namen des Unternehmens anpassen / korrigieren, Kontaktdaten eintragen, Öffnungszeiten anpassen, Ihr Logo und weitere Fotos hochladen, einen Beschreibungstext hinterlegen und - **ganz wichtig** - Sie können auf Rezensionen antworten!

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Google MyBusiness Eintrag!

Alle oben erwähnten Funktionen stehen Ihnen **kostenlos** zur Verfügung.

Und wie mache ich meine Seite fit für Local SEO?

Nun, hier müssen wir natürlich etwas umfangreicher zu Werke gehen und neben inhaltlichen Maßnahmen gibt es einige technische

Faktoren, die berücksichtigt werden sollten. Die Grundsätze von Onpage-SEO (Suchmaschinenoptimierung auf der eigenen Seite) hier zu erklären wäre zu viel. Es gibt einfach zu viele Punkte, die hier zusammenspielen. Sie sollten sich selbst mit diesem Thema beschäftigen oder, was mehr Sinn macht damit Sie sich um Ihr Geschäft kümmern können ☺, einen Spezialisten beauftragen. Wenn Sie einen Auftrag erteilen, lassen Sie sich Referenzen zeigen!

Aber zurück zum Local SEO! Sie können natürlich durch geschickte Formulierung der Texte eine Teil dazu beitragen dass Google erkennt, was Sie anbieten und wo Sie es anbieten. **Schreiben Sie Klartext!**

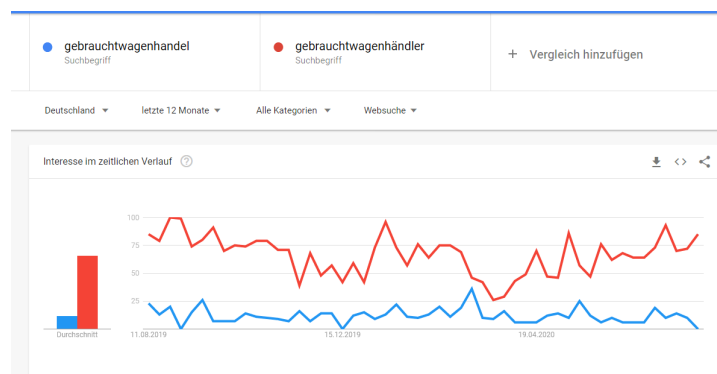
Schlecht:

"Seit Generationen handelt unsere Familie mit gebrauchten Fahrzeugen in der niedersächsischen Landeshauptstadt"

Besser:

*"Als **Gebrauchtwagenhändler** in **Hannover** sind wir seit Generationen ein Begriff"*

Die gefetteten Wörter sind die Suchbegriffe, die eine klare Aussage treffen. Bei der Recherche der Suchbegriffe sollte man sich Zeit nehmen und ggf. auch einmal aus Kundensicht suchen. Ein schönes Tool dafür ist Google Trends (<https://trends.google.de/>). Hier findet man zwar keine absoluten Zahlen, kann aber Suchbegriffe "gegeneinander ins Rennen schicken". Darum wurde oben zum Beispiel auch Gebrauchtwagenhändler statt Gebrauchtwagenhandel genutzt:





Schreiben Sie so, wie Ihre Kunden sprechen / suchen!

Dies ist mehr ein genereller Tipp, der natürlich auch für local SEO gilt. Ich kenne X Beispiele, bei denen die Websitebetreiber so richtig schön am Thema vorbei geschrieben haben. Ein sehr eindrückliches Beispiel war die Optimierung auf den Begriff "**Gastroenterologie**" auf einer Kundenseite. Viele Patienten wissen mit ihren **Bauchschmerzen, Magen- und Verdauungsproblemen** vermutlich gar nicht, dass dies der passende Spezialist ist... Mittlerweile wurde das natürlich erfolgreich angepasst.

Nutzen Sie strukturierte Daten!

Achtung jetzt wird es technisch! Strukturierte Daten teilen dem Bot eines Suchdienstes mit, um welche Art Daten es sich bei den Inhalten handelt. Wenn Sie eine Seite mit Ihren Firmeninfos erstellen, können Sie zum Beispiel mitteilen wie Ihre Firma heißt, wo Sie zu finden sind, welcher Branche Sie angehören, welche Öffnungszeiten Sie haben, welches Preissegment Sie bedienen und vieles mehr. Wenn Videos eingebunden sind, können Sie beispielsweise mitteilen, worum es geht, wie lang das Video ist etc..

Das wichtigste für Sie wären im ersten Schritt die generellen Informationen zum "local Business". Sofern Sie nicht ein CMS oder ein anderes System mit entsprechendem Plugin nutzen, müssen die strukturierten Daten im Quelltext Ihrer Seite eingebunden werden. Vermutlich müssen Sie dazu Ihren Webdesigner kontaktieren. Die Infos wenden sich nur an Suchmaschinen und sind für Besucher nicht sichtbar. Umso sichtbarer jedoch werden diejenigen in den Suchergebnissen, die strukturierte Daten nutzen...

Es gibt verschiedene Generatoren im Internet, mit denen Sie den benötigten Code erstellen können. Einer davon ist der Microdatagenerator:

<http://microdatagenerator.com/generator.html>



Werden Sie penetrant!

Haben Sie sich schon einmal über Wettbewerber geärgert, die überall, wirklich überall im Internet zu sehen sind? Vermutlich haben die Kollegen das Potenzial von local SEO bereits erkannt und nutzen es aktiv...

Ein weiterer Teil dieser Strategie sind "local citations" – also die Nennung Ihres Unternehmens mit Standort und Kontaktdaten auf möglichst vielen anderen relevanten Websites. Das Erscheinen der Informationen zu Ihrer Firma signalisiert Suchdiensten die Bedeutung dieser Informationen und fließt somit in die Berechnung der Positionierung in den Suchergebnissen ein.

Nutzen Sie die kostenlosen Angebote zahlreicher Anbieter von Online-Branchenbüchern und -verzeichnissen. Es erhöht Ihre Präsenz und die Relevanz für Ihre Position in den Suchergebnissen.

Ein paar kostenlose Beispiele:

<https://wogibtswas.de/>

Wer liefert was? (B2B):

<https://www.wlw.de/lyc/firma-bei-wlw-eintragen#/packageoverview>

Facebook:

<https://de-de.facebook.com/business/pages/set-up>

Unternehmensauskunft:

<https://www.unternehmensauskunft.com/neuer-eintrag.html>

Stadtbranchenbuch:

<https://form.opendi.com/>

Yalwa:

<https://www.yalwa.de/post/>



Business Branchenbuch:

<https://www.business-branchenbuch.de/neuer-eintrag.html>

Koomio:

<https://koomio.com/seller?ref=splash>

Tupalo:

<http://tupalo.com/de/business>

Sanego:

<https://www.sanego.de/Arzt-code>

Yelp:

https://biz.yelp.de/?utm_campaign=claim_business

HotFrog:

<https://admin.hotfrog.de/add/index-card>

Tripadvisor (Touristik):

<https://www.tripadvisor.de/Owners>

Auch wenn Sie von diesen Seiten noch nie gehört haben – Ihr Eintrag dort hat Einfluss auf die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens im Internet!

Sicher passen nicht alle Portale für alle Branchen – es sind nur Beispiele. Je nach Branche werden Sie auch weitere interessante Dienste finden.

Bevor Sie sich jedoch dort eintragen ein Tipp:

Alle verlangen selbstverständlich eine E-Mailadresse für den Eintrag und dessen Bestätigung. Ich empfehle NICHT die Hauptmailadresse zu nutzen. Legen Sie sich beispielsweise eine spezielle Adresse für Portale an (z. B. extern@ihre-adresse.de) und leiten Sie diese an die Hauptadresse weiter.



Hintergrund: Sollte die Adresse auf einem der Portale von einem Spambot erfasst und gespeichert werden, landen Sie schlimmstenfalls in unzähligen "Listen", die Sie von da an sehr regelmäßig mit Spam versorgen. Im Extremfall (so in bei einem Kunden erlebt) können das hundert Mails sein – pro Stunde... In besagtem Fall war die über 20 Jahre genutzte Mailadresse verbrannt und nicht mehr nutzbar. Ein Extremfall, kann aber passieren. In diesem Fall ist es besser eine alternative Mailadresse zu haben, die im Notfall gekappt werden kann. Natürlich kann man auch für jedes Portal eine eigene Registrierungsadresse erstellen:

google@ihre-adresse.de; yelp@ihre-adresse.de ...

Legen Sie los!

Dieser kleine Leitfaden soll Ihnen einen Einblick in die Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung geben. Einen Teil können Sie mit Sicherheit selbst erledigen (Einträge übernehmen oder kostenlose Einträge einrichten), insgesamt jedoch ist Suchmaschinenoptimierung (und die Pflege einer erfolgreichen Website insgesamt) eine Menge Arbeit und niemals eine einmalige Angelegenheit.

Gerade als lokal agierender Anbieter (Anwalt, Arzt, Einzelhandel, Friseur, Gastronom...) haben Sie mit dem Führen Ihres Betriebes genug Arbeit. Die Betreuung der eigenen Internetseite ist auf professioneller Ebene da in den seltensten Fällen auch noch möglich – ich spreche da aus der Erfahrung aus über 15 Jahren und hunderten von Projekten.

Vertrauen Sie einem / einer Dienstleister/in Ihrer Wahl und geben Sie die Betreuung Ihrer Website(s) in professionelle Hände. Wenn er / sie Profi ist, werden Sie die Ergebnisse schnell überzeugen!

Viel Erfolg!



Dieser Kurzleitfaden wurde verfasst und herausgegeben von Herzlich Nordisch, einer Marke von Melson Marketing & Media.

Wir bieten seit 2006 die Erstellung und Betreuung professioneller Firmenhomepages an. Egal, ob Unternehmenspräsentation, Katalog, Shop, Portal, Buchungsseite oder, oder, oder Hunderte von Projekten wurden seitdem realisiert.

Herzlich Nordisch ist dabei der zentrale Ansprechpartner für

- Konzeption
- Entwicklung
- Design
- Umsetzung
- Suchmaschinenoptimierung
- Laufende Wartung und Pflege

Sprechen Sie uns gern an – wir freuen uns darauf Sie kennenzulernen!

www.Herzlich-Nordisch.de

Tel. +49 4307 825339