

# LOCAL SEO CHECKLISTE

## 8 PUNKTE FÜR EINE BESSERE LOKALE SICHTBARKEIT

Lokale Unternehmen, auch ohne eigene Website, kommen nicht an lokalem SEO vorbei. Nutzer:innen suchen nach Dienstleistungen oder Produkten vermehrt digital, deshalb sollte Ihr Angebot im Web vor Ort gefunden werden.

# Warum ist lokale Sichtbarkeit so wichtig?

Als Local SEO (deutsch: lokale Suchmaschinenoptimierung) werden alle Maßnahmen bezeichnet, die darauf abzielen, eine Website in den lokalen Suchergebnissen nach vorne zu bringen.

Local SEO basiert auf der lokalen Suche, die Google ab 2007 Schritt für Schritt einführte. Ziel der lokalen Suche ist es, Suchanfragen aus einer bestimmten Region so zu beantworten, sodass Nutzer:innen möglichst relevante Ergebnisse erhalten.

Relevante Ergebnisse bedeutet, dass Dienstleistungen, Unternehmen und Websites angezeigt werden, die sich geografisch in der Nähe des Nutzers befinden, also vor Ort.

Das Konzept an sich ist nicht neu: Früher nahm man ein Telefonbuch in die Hand, heute öffnet man die Suche auf dem Mobiltelefon.

## Zahlen, Daten, Fakten

### Lokaler Handel

**60 %**

Mehr als 60 % aller lokalen Handelsbeziehungen weisen in der Customer Journey digitale Berührungspunkte mit dem Unternehmen auf.

### In der Nähe

**90 %**

Das Google-Suchvolumen nach Shops „in der Nähe“ ist seit 2017 um 90 Prozent gestiegen.

### Web-Nutzer:innen

**76 %**

76 Prozent der Internetnutzer:innen informieren sich unmittelbar vor ihrem lokalen Einkauf mobil über die Einkaufsmöglichkeiten in ihrer Nähe.

### Bis zum Jahr

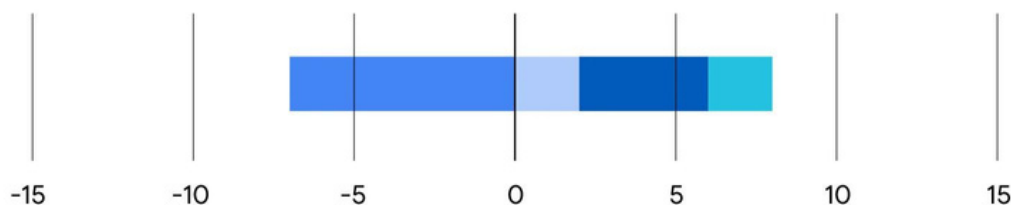
**2024**

Bis 2024 werden 53 % des Umsatzes von Einzelhändler:innen erwirtschaftet, deren Geschäftsmodell ein digitales Angebot umfasst.

## Voraussichtliche Änderungen der Marktanteile nach Einzelhandelsformat bis 2024

● Stationär    ● Überwiegend stationär    ● Marktplatz    ● Reiner Onlinehandel    ● Omnichannel

Deutschland



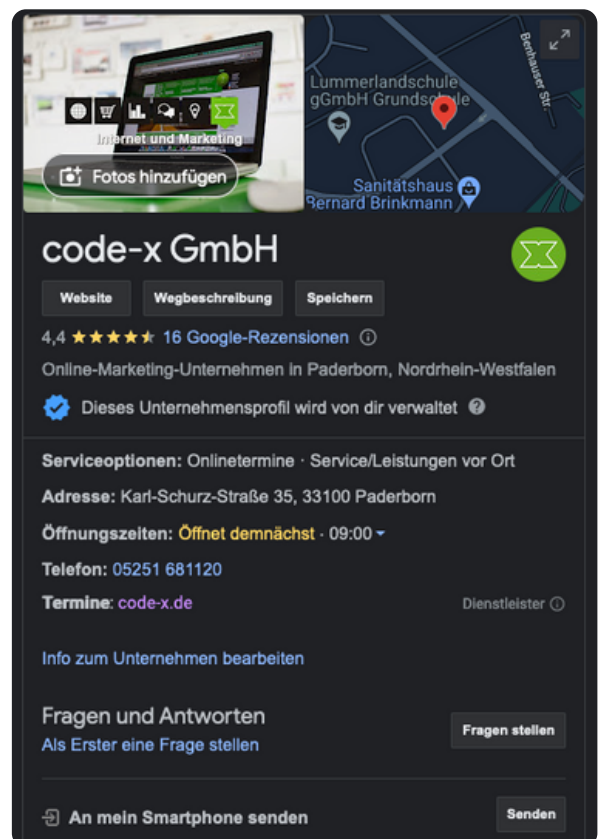
Euromonitor (spezielles Beratungsprojekt für Google). DE, UK, USA, DK, SE, ES, IT, FR, PL, NL. Retail Foresight. Einzelhändler=9.577. Juni 2020.

# Google MyBusiness Profil

Wir können es nicht oft genug sagen: Ihr Google MyBusiness Profil ist eines der wichtigsten Aushängeschilder Ihres Unternehmens. Es ist oft das erste, das Interessent:innen und potenzielle Kund:innen von Ihnen sehen - insbesondere, falls Sie ein lokales Geschäft betreiben.

## Was können Sie tun?

- Falls Sie noch keinen MyBusiness Eintrag haben, erstellen Sie einen.
- Dieser sollte außerdem immer vollständig und aktuell sein.
- Die Verlinkung auf Ihre Website ist genauso obligatorisch wie Ihre E-Mail-Adresse und Telefonnummer.
- Nutzen Sie möglichst alle zusätzlichen Optionen wie z.B. Öffnungszeiten.
- Neuigkeiten aus Ihrem Unternehmen berichten Sie über die Beitragsfunktion.
- Antworten Sie auf alle Bewertungen, auch auf die weniger positiven.
- Bilder Ihres Unternehmens oder Ihrer Angebote helfen den Nutzer:innen, sie besser kennenzulernen.



# Konsistente Angaben bei vielen Anbietern

Google und andere Suchmaschinen schauen nicht nur auf Ihre Website. Die Bots schauen auch, ob Ihre Angaben auf unterschiedlichen Plattformen konsistent sind. Aus diesem Grund ist es wichtig, seine Einträge regelmäßig zu überprüfen.

## Was können Sie tun?

- Überprüfen Sie Ihre Angaben auf der Homepage und in den einschlägigen Verzeichnissen.
- Legen Sie dabei besonders viel Wert auf die NAP-Informationen.
- NAP steht für Name, Address, Phone: Diese Auskünfte sollten IMMER identisch sein.
- Tragen Sie Ihr Unternehmen in Branchenverzeichnisse ein. Zum Beispiel 11880.com, yellowmap.de, branchenverzeichnis.org, kennstdueinen.de u.v.m.

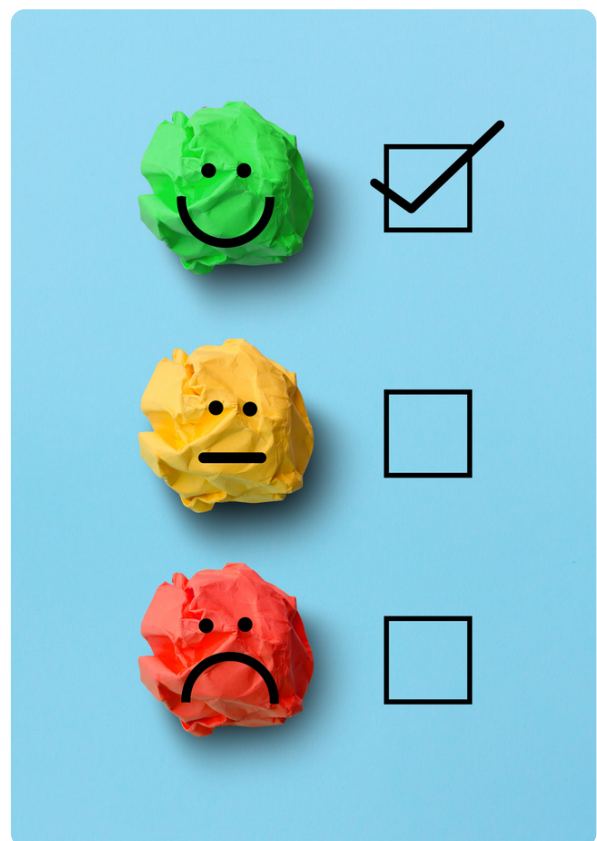
The screenshot shows a mobile application interface for finding hair salons. At the top, there is a green button labeled 'Freie Termine online anfragen'. Below it, a blue header contains the text 'Online anfragen - Termin-Vorschläge erhalten - Termin auswählen'. The main heading is 'Alle Friseure in Paderborn auf freie Termine anfragen', followed by '98 Treffer sortiert nach unserer Empfehlung'. There are filters for 'Kernstadt (66)', 'Schloß Neuhaus (7)', and 'Elsen (5)'. A warning message states: 'Aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie können Öffnungszeiten und weitere Services der Unternehmen abweichen.' Two salons are listed: 1. 'Friseur Peter Heidenkamp Inh.: Elke Schlüter' with a 5-star rating (13 reviews) and address 'Marienstr. 12, 33098 Paderborn (Kernstadt)'. 2. 'Goldschere Altinmakas' with a 5-star rating (24 reviews) and address 'Bahnhofstr. 3, 33102 Paderborn (Kernstadt)'. Each listing includes a 'Anrufen' button and a 'Gratis Termin anfragen' button.

# Bewertungen, Bewertungen, Bewertungen

Neben den Google-Bewertungen, die Sie bei Google MyBusiness sammeln, nehmen auch viele andere Plattformen mit Bewertungen einen Einfluss auf Ihre lokale Sichtbarkeit im Web. Deshalb ist es wichtig, viele Bewertungen auf wichtigen Plattformen zu platzieren.

## Was können Sie tun?

- Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihre aktuellen Bewertungen.
- Wo wird Ihr Unternehmen aktuell bewertet? Facebook, kununu, ...?
- Sammeln Sie aktiv neue Bewertungen auf unterschiedlichen Plattformen. (Falls Sie Hilfe benötigen, ist code-x gerne für Sie da!)
- Beantworten oder kommentieren Sie alle Bewertungen, auch die weniger positiven, denn potenzielle Kund:innen schätzen das sehr.



# Lokale Backlinks

Backlinks sind ein entscheidender Faktor bei der Suchmaschinenoptimierung. Auch bei LOCAL SEO spielen sie eine wichtige Rolle.

## Was können Sie tun?

- Checken Sie die Backlinks Ihrer Website zum Beispiel mit: [backlink-tool.com](https://backlink-tool.com)
- Welche lokalen Backlinks gibt es hier bereits? Lokale Zeitungen oder lokale Portale?
- Durch Pressemitteilungen oder Veranstaltungen lassen sich lokale Backlinks sehr gut sammeln.
- Ihre lokalen Kammern wie die IHK oder Wirtschaftsförderungen sind gute Partner für lokale Backlinks.
- Bleiben Sie dran oder holen Sie sich regelmäßige externe Unterstützung.



# Content mit lokalem Bezug

Die Bots der Suchmaschinen besuchen regelmäßig Ihre Website und schauen nach Veränderungen oder neuen Unterseiten. Mit Content, der regionalen oder lokalen Bezug hat, zeigen Sie der Suchmaschine, wo Sie wirken und arbeiten, wo Interessent:innen Sie finden können.

## Was können Sie tun?

- Prüfen Sie, ob Ihre Website lokale Informationen anbietet, z.B. im Footer oder im Impressum.
- Checken Sie Ihre Unterseiten: Kommt in den Seitentexten überhaupt Ihre lokale Wirkungsstätte bzw. Ihre Stadt vor?
- Wenn beide Punkte oben nicht erfüllt sind, ändern Sie das bitte.
- Weiter können Sie Ihren Blog nutzen, um lokale Präsenz zu zeigen. Blogtitel, wie "Tag der offenen Tür in Paderborn" oder "Neues Angebot für Paderborn" zeigen den Such-Bots den lokalen Bezug Ihres Unternehmens.





# Social Signals

Social Media ist nicht nur eine tolle Gelegenheit, sich als prima Arbeitgeber:in zu positionieren oder als Dienstleiter:in in Szene zu setzen. Plattformen wie Facebook, Instagram und Co. machen es möglich, Ihre lokale Sichtbarkeit deutlich zu steigern.

## Was können Sie tun?

- Wenn Sie keine Profile im Social Web haben, erstellen Sie diese.
- Für die lokale Sichtbarkeit nutzen Sie Facebook, Instagram und LinkedIn.
- Stellen Sie sicher, dass auch hier die NAP-Daten konsistent sind.
- Interagieren Sie regelmäßig mit Ihrer Zielgruppe und posten Sie oft.
- Vergessen Sie dabei nicht den lokalen Bezug mit #Ortsname. Mit der wiederholten Angabe verbessern Sie Ihre lokalen Sichtbarkeit.





# Local SEO Landingpages

Sie haben ein lokales Unternehmen und möchten Ihre Leistungen auch in weiteren Städten anbieten? Kein Problem: Durch eine lokale SEO-Landingpage können Sie überall vor Ort in Erscheinung treten.

## Was können Sie tun?

- Prüfen Sie, ob es lokale Suchanfragen aus anderen Städten gibt, die für Sie interessant sind, wie z.B. "Solar Paderborn", "Steuerberatung Bielefeld", "Fensterreinigung Höxter".
- Falls es solche Suchanfragen gibt, erstellen Sie auf Ihrer Website eigene Unterseiten für die Keywords und Orte.
- Bei "Solar Höxter" könnten das Ihre Leistungen rund um Solaranlagenbau in Höxter mit weiterem lokalen Bezug sein.
- Bitte beachten Sie, dass Unternehmen vor Ort einen Suchmaschinen-Bonus haben können, gegen den Sie antreten. Aber Platz 2 oder 3 sind auch echt gut.

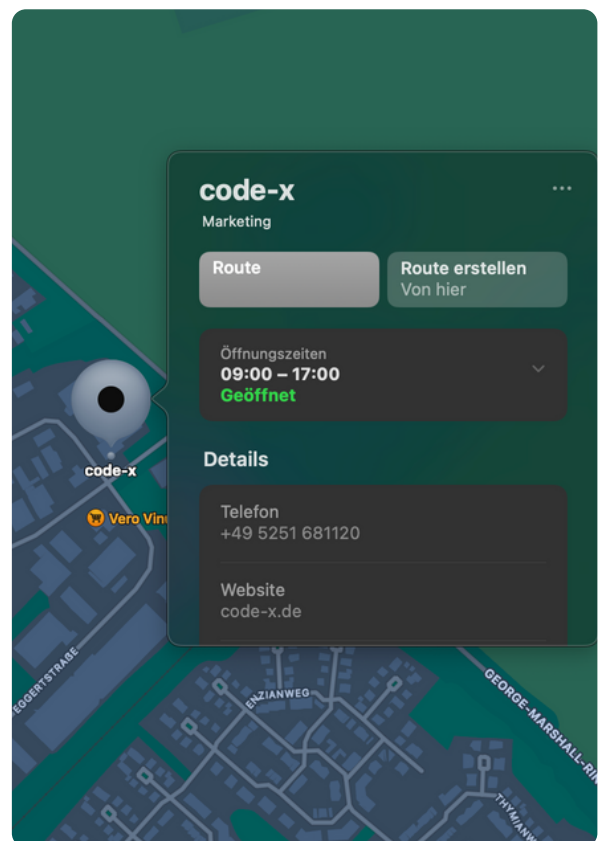


# Apple Maps und Bing Places

Neben der meist genutzten Suchmaschine Google werden auch weitere Dienste auf Smartphones genutzt, wie Apple Maps oder Bing Places. Auch hier sollten Sie sich mal ansehen, wie Ihr Unternehmen dort in Erscheinung tritt.

## Was können Sie tun?

- Sehen Sie sich Ihr Unternehmen bei Apple Maps und Bing Places an.
- Sind alle wichtigen Informationen dargestellt (besonders die NAP-Daten)?
- Sollten Sie noch keinen Bing Places Account haben, legen Sie bitte einen an.
- Bing Places erlaubt es Ihnen, automatisiert alle Google Daten nach Bing zu importieren. Der Aufwand ist daher erfreulich gering.
- Tipp: Apple Maps erlaubt es Ihnen über die Funktion "Problem melden" Ihre Informationen anzupassen.



**Sie haben Fragen?  
Ich bin gerne für Sie da!**

**code-x GmbH**  
Anja Plestinsky  
Karl-Schurz-Straße 35  
33100 Paderborn

