DAS SOLLTEST DU ÜBER LOCAL SEO WISSEN

Veröffentlicht am 10. März 2020 von Isabelle

Wenn Dein Unternehmen bei lokalen Suchanfragen ein höheres Google Ranking erzielen soll, ist Local SEO genau das Richtige für Dich. Erfahre hier, wie Du die lokale Suchmaschinenoptimierung für Dein Unternehmen nutzt.

Weshalb Du Local SEO nutzen solltest

Wenn Dein Unternehmen bei **lokalen Suchanfragen** (z.B. „Schlüsseldienst Düsseldorf“) ein höheres **Google Ranking** erzielen soll, ist Local SEO genau das Richtige für Dich. Wie Du die lokalen Suchanfragen für die **Optimierung** Deiner Webseite nutzen kannst, erfährst Du hier.

INHALT

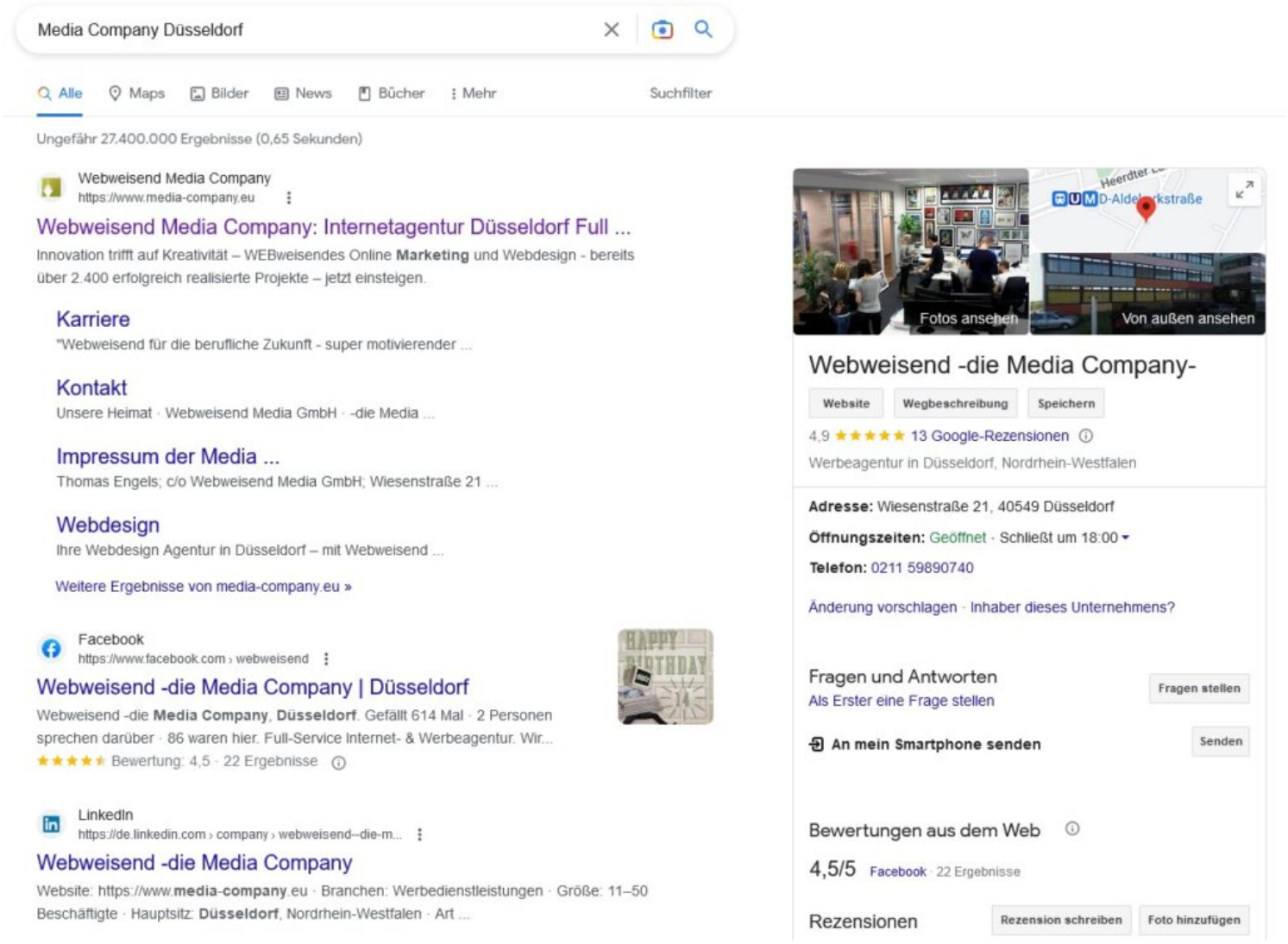
- Was ist die lokale Suchmaschinenoptimierung (Local SEO)?

- Wie funktioniert Local SEO?
  - OnPage-Optimierung
  - OffPage-Optimierung
- Für wen ist Local SEO geeignet?
- Fazit

WAS IST DIE LOKALE SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (LOCAL SEO)?

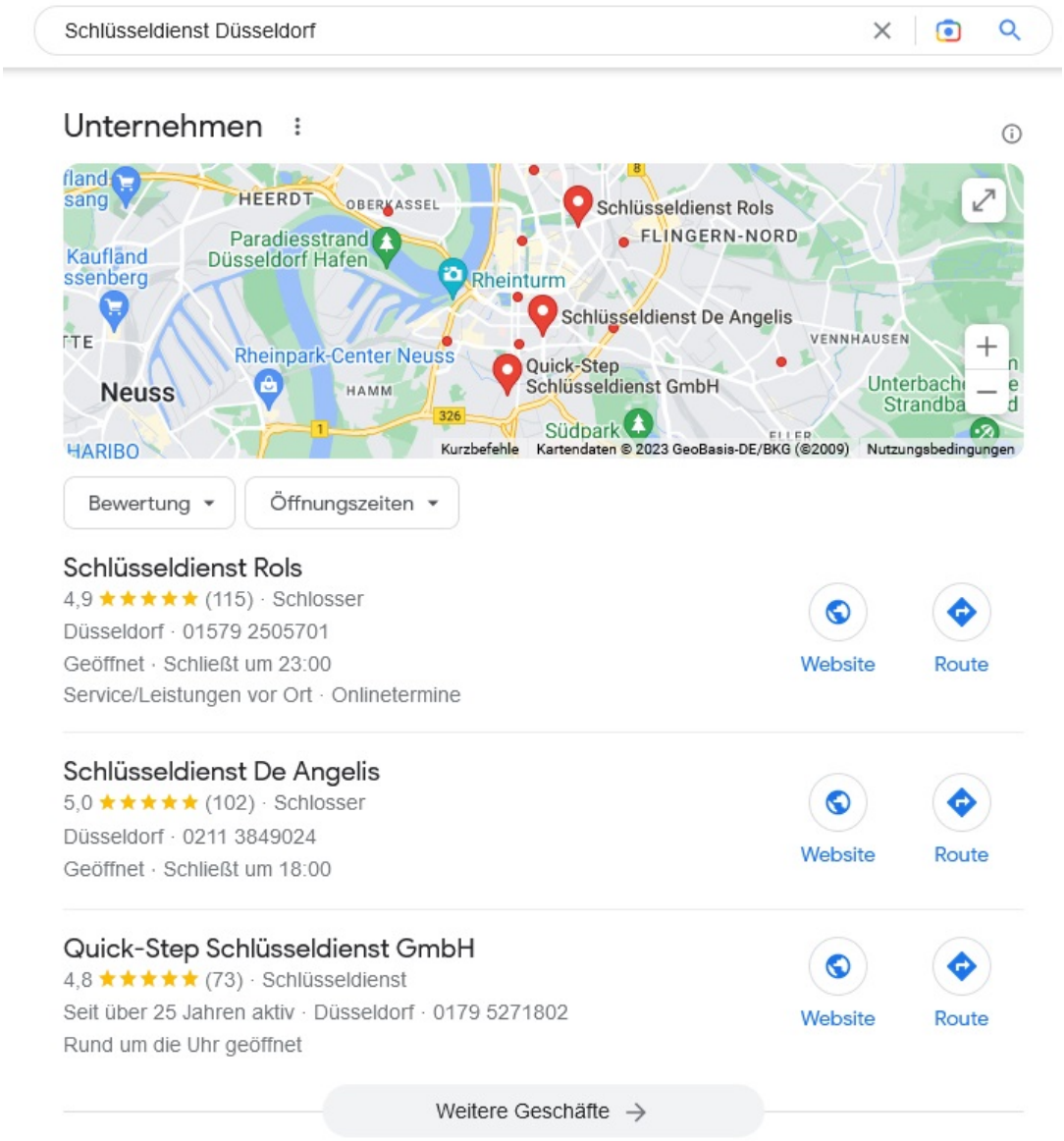
Die lokale Suchmaschinenoptimierung, kurz Local SEO oder lokale SEO, beinhaltet alle Maßnahmen, die der besseren Platzierung Deiner Webseite im Google Ranking dienen. Ziel der lokalen Suche ist es, dem Nutzer zu regionalen Suchanfragen relevante Ergebnisse auszuspielen. Relevant bedeutet hierbei, dass alle Unternehmen angezeigt werden sollen, die sich in der **geografischen Nähe** des Users befinden. Denn Google trackt die Position des Nutzers und kann ihm so passende Ergebnisse vorschlagen. Aber nicht nur Suchmaschinen wie Google oder Bing werden für die lokale Suche verwendet: Auch Kartendienste auf Smartphones werden genutzt, um Orte in der Nähe zu finden. Daher solltest Du einen aktuellen Branchenbucheintrag bei **Google Unternehmensprofil** (auch Google Business Profile, ehemals Google My Business) haben, um auch auf Google Maps zu erscheinen. Den erstellst Du, indem Du Dir ein kostenloses Google Unternehmensprofil erstellst. Über diesen Account kannst Du dann den Auftritt Deines Unternehmens auf Google Maps steuern und verwalten.

Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen ist Local SEO (und damit auch die Anlegung eines Google Unternehmensprofils) sinnvoll. Denn die Fragestellungen für die lokale Suche unterscheiden sich zwischen **direkter und indirekter Anfrage**. Wenn der Nutzer den Ort mit in seine Suchanfrage setzt, zum Beispiel „Schlüsseldienst Düsseldorf“, erhält dieser entsprechende Ergebnisse in Düsseldorf. Er kann aber auch nur „Schlüsseldienst“ eingeben und dann werden ihm, unter Einbezug seines aktuellen Standortes oder mithilfe der personalisierten Suche, passende lokale Ergebnisse angezeigt. Wenn Du unter diesen auftauchen willst, solltest Du Dich unbedingt an die **„NAP“-Regel** halten - Name, Adress, Phone. Diese Firmendaten nutzt Google für Deinen Google Maps Eintrag.



So kann Dein Google Unternehmensprofil aussehen

Besonders erstrebenswert ist hierbei für Dich die Erwähnung im **Local Snack Pack**. Dadurch wird Dein Unternehmen in den Suchergebnissen direkt unter den bezahlten Google Anzeigen (Google Ads) angezeigt. Wenn Du unter den ersten drei Positionen platziert bist, erhält Deine Firma erheblich mehr Nutzerverkehr. Auch hierfür ist ein stets aktualisiertes Google Unternehmensprofil Voraussetzung.



So sieht Deine mögliche Nennung im Local Snack Pack aus.

Hier findet der Nutzer alle Informationen, die er über das Unternehmen benötigt, wie die NAP-Elemente sowie Bewertungen, Öffnungszeiten und den Link zur Webseite. Die roten Stecknadeln auf der Google Maps Karte zeigen dem User die Standorte der vorgeschlagenen Unternehmen an. Dieser kann sich über Google bzw. **Google Maps** direkt zu Deinem Unternehmen navigieren lassen.

Vergiss nicht, Dein Unternehmen auch bei **Apple Business Connect** zu pflegen, um bei **Apple Maps** zu erscheinen! Ebenso empfiehlt sich ein Eintrag bei **Bing Places**.

WIE FUNKTIONIERT LOCAL SEO?

Damit Dein Unternehmen eine gute Platzierung im Google Ranking erzielt und Dich so potenzielle Kunden leichter finden, gilt es, wesentliche Elemente des Local SEO zu beachten. Dazu zählen OnPage und OffPage Maßnahmen, die wir Dir hier näher bringen.

ONPAGE-OPTIMIERUNG

Die OnPage-Optimierung umfasst alle Maßnahmen, die Deine **Webseite** betreffen. Im Detail geht es hier um die **Optimierung Deiner Texte auf sinnvolle Keywords**. Es handelt sich hierbei um die Suchanfragen, die User im Google Suchfeld eingeben. Die Optimierung auf diese ausgewählten Keywords hilft, Deine Webseite bei dieser Anfrage als relevantes Ergebnis auszuspielen.

Suchmaschinen wie Google, Bing & Co. wollen dem User immerzu die besten Suchergebnisse bieten und durchsuchen aus diesem Grund tausende Webseiten, um die Relevanz der Inhalte zu analysieren. Suchmaschinenoptimierung erleichtert Google & Co. das Auslesen von Webseiten enorm. Für die textliche bzw. inhaltliche Suchmaschinenoptimierung solltest Du die relevanten Keywords gut in Deinem Text unterbringen, vor allem in Überschriften und zusätzlich in den Metadaten. Anders als bei der gewöhnlichen Suchmaschinenoptimierung sollten bei Local SEO Deine **Keywords einen lokalen Bezug** haben. Lokaler Content auf Deiner Webseite hilft, die Relevanz zu einer regionalen Suchanfrage zu erhöhen.

Auch durch die gezielte Verwendung sinnvoller Keywords in Deinem Google Unternehmensprofil Eintrag erhöhst Du die Chance auf ein Top-Ranking und sicherst Dir die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden. Dies zählt zur OffPage Optimierung – später dazu mehr.

Eine weitere wichtige Maßnahme der OnPage Optimierung ist das Responsive Webdesign. Dabei handelt es sich um die Optimierung Deiner Webseite für mobile Endgeräte. Google reagiert auf den wachsenden Trend der mobilen Suche und legt die **mobilfreundliche Gestaltung von Webseiten** als den wichtigsten Rankingfaktor fest. Optimiere daher Deine Seite für Smartphones und achte auf die Nutzerfreundlichkeit. Auch die Ladegeschwindigkeit Deiner Webseite ist sowohl für User als auch Google wichtig. Lädt sie zu langsam, springen Nutzer schneller ab – dies zeigt wiederum der Suchmaschine, dass Deine Seite weniger interessant ist für User.

OFFPAGE-OPTIMIERUNG

Die OffPage -Optimierung ist eine weitere Teildisziplin im Local SEO. Dabei verwendest Du Maßnahmen abseits der Webseite, um ein gutes Suchmaschinenranking zu erzielen. Das gelingt Dir mit dem sogenannten **Linkbuilding**. Dabei wird die Anzahl und Qualität der Links auf fremden Webseiten, die auf Dein Unternehmen oder Deine Webseite verweisen, erhöht. So maximiert sich Deine Reichweite und User stolpern im Netz häufiger über Dein Unternehmen.

Ein weiterer Faktor der OffPage Optimierung ist, wie schon erwähnt, die Erstellung und Pflege eines **Google Unternehmensprofils**. Wie Du bereits weißt, hilft ein gut geführter Eintrag (Stichwort NAP-Regel) bei der Platzierung in der Google Suche. Der Internetriese selbst rät, regelmäßige Aktualisierungen durchzuführen und Nutzern so stets aktuelle Informationen bereitzustellen. Durch stetige Auffrischung Deiner Unternehmensdaten sorgst Du dafür, dass Deine **Position im Ranking** oben bleibt. Nutze auch hier wichtige Keywords in Deiner Unternehmensbeschreibung, um Deine Sichtbarkeit zu erhöhen.

Die letzte Disziplin im Bereich OffPage-Optimierung sind die **Social Signs**, die Signale über Deine Social Media Kanäle. Darunter fallen Kommentare, Likes und das Teilen Deiner Webseite in sozialen Netzwerken. Soziale Signale sind für Google wichtige Impulse, die eng mit der lokalen Suche verknüpft sind. Weshalb Social Media ohnehin wichtig für Dein Unternehmen ist, erfährst Du hier. Denn gute **Bewertungen** sowohl auf Social Media als auch in Deinem Google Unternehmensprofil Branchenbucheintrag machen nicht nur stolz, sie sind auch wichtig für Dein Google Ranking. Rezensionen von Nutzern, die Dein Unternehmen aufgesucht haben, beeinflussen Dein Ranking und helfen vor allem Deinen potenziellen Kunden weiter.

FÜR WEN IST LOCAL SEO GEEIGNET?

Kurz und knapp: für jeden.

Die regionale Suchmaschinenoptimierung ist jedoch besonders für kleine und mittelständische Unternehmen Gold wert. Wenn Dein Fokus auf **regionalen Zielgruppen** liegt und Du Deine Brand Awareness erhöhen willst, verbessere Deine Webseite und Deinen Unternehmensprofil-Eintrag auf ortsbezogene Keywords. Achte auf die optimale Darstellung Deiner Webseite auf mobilen Endgeräten, Nutzerfreundlichkeit und Ladegeschwindigkeit. Sorge für Social Signs und animiere bestehende Kunden, Google Bewertungen zu schreiben. Besonders in Kombination mit der Suchmaschinenwerbung (SEA) gelingt es Dir so, Deine Reichweite im Netz zu steigern!

FAZIT

Die lokale Suchmaschinenoptimierung wird für Unternehmen aller Art immer wichtiger. Die Zahl an regionalen Suchen steigt immer weiter an. Nutzer möchten lokale Anbieter schnell finden und sich zu diesen navigieren lassen – und das alles bequem über das Smartphone. Daher solltest Du lieber heute als morgen auf Local SEO setzen und Dein Ranking optimieren, um Dein Unternehmen auch regional zu stärken. Mache Deine Kunden auf Dich aufmerksam und empfehle Dich durch gute Rezensionen weiter; durch regionale Suchmaschinenoptimierung sprichst Du genau die Zielgruppe an, auf die es für Dich ankommt!

Wenn Du weitere Fragen zu Local SEO hast oder Dir etwas unklar ist, zögere nicht uns zu fragen. Wir helfen Dir gerne!

Kontakt aufnehmen