

Local SEO Guide: Digitale Sichtbarkeit für Ihr Unternehmen in Ihrer Stadt

Der praktische Leitfaden: So steigern Sie Ihre lokale Online-Präsenz und gewinnen mehr Kunden aus Ihrer Region.



Auf einen Blick

Local SEO für Ihren Geschäftserfolg

Local SEO ist heute entscheidend für den Erfolg lokaler Unternehmen:

- 46% aller Google-Suchen haben lokale Intention¹
- Das Local Pack (Top-3-Box) erhält 44% aller Klicks²
- 78% der lokalen Suchen führen zu Offline-Käufen³
- Mobile Optimierung ist Pflicht: 61% der Suchen erfolgen mobil⁴

Dieses White Paper zeigt Ihnen:

- Grundlagen und Bedeutung von Local SEO
- Technische Anforderungen für lokale Sichtbarkeit
- Praktische Checklisten zur Umsetzung
- Kostenlose Tools und Verzeichnisse
- Social Media als Local SEO Faktor
- Zukunftstrends im Local SEO

Für ein besseres Verständnis der Fachbegriffe finden Sie am Ende des Dokuments ein ausführliches Glossar mit allen wichtigen Begriffen und deren Erklärungen.

Inhaltsverzeichnis

Teil 1: Einführung und Grundlagen

- Einführung
- Was ist Local SEO?
- Grundlagen des Local SEO
- Aktionsplan

Teil 2: Kernkomponenten und Technische Aspekte

- Google Business Profile
- Lokale Optimierungsstrategien
- Mobile Optimierung
- Schema Markup
- Core Web Vitals
- Technische On-Page Optimierung
- Aktionsplan

Teil 3: Praxisleitfaden und Tools

- Monatliche Wartungscheckliste
- Quartalsweise Aufgaben
- Bewertungsmanagement
- Kostenlose Tools
- Verzeichnis-Management
- Aktionsplan

Bonus: Social Media als Local SEO Faktor

- Neue Suchgewohnheiten
- Plattform-spezifische Optimierung
- Video-Content nach Kategorien
- Minimale Präsenz
- Aktionsplan

Zukunftsansicht

- Local SEO Trends 2026
- Entwicklungsprognosen

Über die Autoren und Agentur

- Über die Autoren
- Über 3Dreams
- Kontakt

Glossar

Quellen

Die digitale Transformation hat das Suchverhalten von Kunden grundlegend verändert. Heute beginnen 46% aller Google-Suchen mit einer lokalen Intention. Für Unternehmen in Regensburg und Umgebung bedeutet dies: Die lokale Online-Präsenz ist nicht mehr optional, sondern erfolgsentscheidend.

Was ist Local SEO?

Local SEO umfasst alle Maßnahmen zur Optimierung der Online-Sichtbarkeit für lokale Suchanfragen. Wenn potenzielle Kunden nach Produkten oder Dienstleistungen "in der Nähe" oder "in Regensburg" suchen, entscheidet die Local-SEO-Optimierung darüber, ob Ihr Unternehmen gefunden wird.

Bei lokalen Suchanfragen zeigt Google die drei relevantesten Unternehmen prominent in einer Box mit Karte an - dem sogenannten Local Pack. Diese Position über den regulären Suchergebnissen verschafft Ihrem Unternehmen maximale Sichtbarkeit und führt zu mehr Kundeninteraktionen.

Warum Local SEO wichtig ist:

- 78% der lokalen mobilen Suchen führen zu Offline-Käufen
- 88% der Verbraucher, die eine lokale Suche auf dem Smartphone durchführen, besuchen innerhalb eines Tages ein lokales Geschäft⁵
- 97% der Menschen informieren sich online über lokale Unternehmen⁶
- Das Local Pack erhält bei lokalen Suchen 44% aller Klicks

Aktionsplan

Ihre ersten Schritte ins Local SEO:

- Google Business Profile erstellen und vollständig ausfüllen
- Website auf lokale Suchbegriffe prüfen
- Bewertungsmanagement aufsetzen
- Verzeichniseinträge anlegen

Zeit ist wertvoll – nutzen Sie sie für Ihr Kerngeschäft

Dieses White Paper vermittelt Ihnen einen umfassenden Einblick in die Welt des Local SEO. Sie können diese Maßnahmen selbstverständlich in Eigenregie umsetzen – doch fragen Sie sich: Ist das die beste Investition Ihrer Zeit?

Als Experten für Local SEO in Regensburg kümmern wir uns täglich um die digitale Sichtbarkeit unserer Kunden. Wir kennen nicht nur die Techniken, sondern auch die lokalen Besonderheiten unserer Region. Während Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren, optimieren wir Ihre Online-Präsenz mit:

- Jahrelanger Expertise im Local SEO
- Professionellen Werkzeugen und etablierten Prozessen
- Kontinuierlichem Monitoring und Optimierung
- Messbaren Ergebnissen für Ihr Unternehmen

Lassen Sie uns gemeinsam Ihre lokale Online-Präsenz stärken. [Kontaktieren Sie uns](#) für ein unverbindliches Gespräch – wir zeigen Ihnen, wie wir Ihr Unternehmen in den lokalen Suchergebnissen nach vorne bringen.

Grundlagen des Local SEO

Unterschied zu traditionellem SEO

Während klassisches SEO auf nationale oder internationale Sichtbarkeit abzielt, fokussiert sich Local SEO auf geografisch begrenzte Gebiete. Für Unternehmen in Regensburg bedeutet dies eine Optimierung auf:

Stadtspezifische Suchanfragen und branchenspezifische lokale Keywords wie

- „Elektriker Regensburg Innenstadt“
- „Zahnarzt Regensburg Westenviertel“
- „Café Regensburg“
- „Tesla Reparatur Regensburg“

"Near me" Suchen - Diese Suchanfragen machen bereits 1,5 Milliarden Suchen pro Monat aus und 84% davon erfolgen über mobile Geräte.⁷

- „Café in der Nähe jetzt geöffnet“
- „Tankstelle in meiner Nähe“

Diese Suchanfragen sind besonders wertvoll, da sie eine hohe Kaufabsicht signalisieren - 78% der lokalen mobilen Suchen führen zu einem Offline-Kauf innerhalb von 24 Stunden.

Grundlagen des Local SEO

Unterschiede zwischen traditionellem und Local SEO

Aspekt	Traditionelles SEO	Local SEO
Zielgruppe	National/International	Lokale Kunden im Umkreis
Keywords	Allgemein (z. B. Steuerberater)	Mit Ortsbezug („Steuerberater Regensburg“)
Rankingfaktoren	Content, Backlinks, Technik	Google Unternehmensprofil, lokale Bewertungen, NAP-Daten
Suchergebnisse	Organische Listings	Local Pack + organische Listings
Content-Fokus	Branchenweit relevant	Lokale Themen und Events

Grundlagen des Local SEO

Lokale Ranking-Faktoren

Die wichtigsten Faktoren für das lokale Ranking sind:

- Google Business Profile (früher Google My Business)
- Lokale Relevanz der Website-Inhalte
- Nähe zum Suchenden
- Konsistente NAP-Daten (Name, Adresse, Telefonnummer)
- Lokale Backlinks und Zitierungen
- Kundenbewertungen

Grundlagen des Local SEO

NAP-Daten und ihre Bedeutung

NAP steht für Name, Address, Phone. Diese Daten müssen überall im Internet identisch sein.

Korrektes Beispiel:

- Name: 3Dreams Medienagentur
- Adresse: Augustenstr. 19, 93049 Regensburg
- Telefon: 0941-307490

Häufige Fehler vermeiden:

- Unterschiedliche Schreibweisen (3Dreams vs. 3-Dreams)
- Abweichende Adressformate (Augustenstraße vs. Augustenstr.)
- Verschiedene Telefonnummern (mit/ohne Vorwahl)

Grundlagen des Local SEO

Bedeutung von Kundenbewertungen

Bewertungen sind ein Schlüsselfaktor für lokales Ranking und Kundenvertrauen:

- 93% der Kunden lesen Online-Bewertungen vor dem Besuch eines lokalen Unternehmens⁸
- Unternehmen mit 4+ Sternen werden 3,3-mal häufiger kontaktiert
- Google berücksichtigt Bewertungen als wichtigen Ranking-Faktor im Local Pack

Optimale Bewertungsstrategie:

- Aktiv um Bewertungen bitten – Hier können auch Technologien wie QR-Codes und NFC-Chips unterstützen.
- Zeitnah auf alle Bewertungen reagieren
- Negative Bewertungen professionell bearbeiten
- Bewertungen auf verschiedenen Plattformen sammeln

Aktionsplan

Optimieren Sie diese Kernfaktoren:

- NAP-Daten auf Konsistenz prüfen
- Lokale Keywords recherchieren
- Bewertungsstrategie entwickeln
- Backlink-Aufbau mit lokalen Partnern starten

Bewertungen einfach und effizient sammeln

Der Aufbau positiver Bewertungen ist zeitintensiv – wir machen es Ihnen und Ihren Kunden leichter:

- Individuelle QR-Codes für direkten Zugang zu Ihrem Bewertungsprofil
- Moderne NFC-Chips für kontaktlose Weiterleitung
- Professionelle Druckvorlagen für Ihre Geschäftsräume
- Automatische Benachrichtigung bei neuen Bewertungen
- Vorlagen für die schnelle Beantwortung

Steigern Sie Ihre Bewertungen mit unserem cleveren Bewertungsmanagement. Wir implementieren ein maßgeschneidertes System, das perfekt zu Ihrem Geschäftsalltag passt. Kontaktieren Sie uns gerne unter 3dreams.com.

Kernkomponenten

Google Business Profile – Das digitale Schaufenster

Die Optimierung Ihres Google Business Profils ist fundamental für lokalen Erfolg. Ein vollständiges Profil erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Kundenbesuchs um 70%.⁹

Wichtige Optimierungsaspekte:

- Vollständige und akkurate Geschäftsinformationen
- Regelmäßige Aktualisierung der Öffnungszeiten
- Hochwertige Fotos des Unternehmens
- Aktuelle Posts und Angebote
- Schnelle Reaktion auf Kundenbewertungen
- Nutzung aller verfügbaren Kategorien und Attribute

Kernkomponenten

Lokale Optimierungsstrategien für Ihre Website

Diese Optimierungen erfolgen direkt auf Ihrer Unternehmenswebsite und ergänzen die separaten Optimierungen Ihres Google Business Profils. Die Kombination aus optimierter Website und gepflegtem Business Profil verstärkt Ihre lokale Sichtbarkeit in den Suchergebnissen.

Standortspezifische Keyword-Optimierung auf Ihrer Website:

- Integration von "Regensburg" in relevante Titel und Meta-Beschreibungen Ihrer Webseiten
- Verwendung von Stadtteilen und umliegenden Ortschaften in Ihren Website-Texten
- Einbindung lokaler Wahrzeichen, Sehenswürdigkeiten und Bezugspunkte in Ihre Content-Strategie

Lokaler Website-Content:

- Erstellung von stadtbezogenen Blogbeiträgen auf Ihrer Website
- Berichterstattung über lokale Events in Ihrem Blog
- Integration lokaler Neuigkeiten in Ihre Website-Inhalte
- Showcase lokaler Projekte und Erfolgsgeschichten in Ihrem Portfolio

Technische Aspekte

Mobile Optimierung

Die mobile Optimierung Ihrer Website ist heute unverzichtbar, da die Mehrheit der lokalen Suchen über Smartphones erfolgt. Eine optimal angepasste mobile Website verbessert nicht nur das Nutzererlebnis, sondern ist auch ein wichtiger Ranking-Faktor bei Google.

Da 61% der lokalen Suchen über mobile Geräte erfolgen¹⁰, ist mobile Optimierung essenziell:

- Responsive Webdesign für alle Bildschirmgrößen
- Schnelle Ladezeiten (maximal 3 Sekunden) - Überprüfen Sie Ihre Website-Performance mit dem Google PageSpeed Insights Tool: <https://pagespeed.web.dev/>
- Click-to-Call Funktionen
- Optimierte Darstellung von Karten und Wegbeschreibungen

Technische Aspekte

Schema Markup Implementation

Schema Markup ist ein spezieller Code, der Suchmaschinen hilft, Ihre Website-Inhalte besser zu verstehen und in den Suchergebnissen ansprechender darzustellen. Durch die Implementation von lokalem Business Markup erhöhen Sie die Chance, dass Ihre Geschäftsinformationen direkt in den Suchergebnissen angezeigt werden.

Ein vollständiges Local Business Markup enthält zumindest die folgenden Informationen:

- Name und Beschreibung des Unternehmens
- Vollständige Adressdaten
- Geografische Koordinaten
- Telefonnummer und Website
- Öffnungszeiten
- Preiskategorie
- Social Media Profile

Technische Aspekte

Code-Beispiel im JSON-Format:

```
{  
  "@context": "https://schema.org",  
  "@type": "ProfessionalService",  
  "name": "3Dreams Medienagentur",  
  "address": { ... },  
  "openingHoursSpecification": { ... },  
}
```

Ein vollständiges Code-Beispiel können Sie unter <https://3dreams.com/x/local-seo-whitepaper/json-beispiel-3dreams.txt> herunterladen.

Dieses Schema Markup dient als Grundgerüst und sollte an Ihre spezifische Branche und Ihr Unternehmen angepasst werden. Je nach Geschäftsmodell können zusätzliche Attribute wie Öffnungszeiten, Serviceangebote, Speisekarten für Restaurants oder Qualifikationen für Dienstleister relevant sein. Achten Sie darauf, dass alle angegebenen Informationen aktuell und korrekt sind, da falsche Angaben sich negativ auf Ihr Ranking auswirken können.

Weiterführende Informationen zur Implementation finden Sie in der Google-Dokumentation: <https://developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/local-business?hl=de>

Prüfen Sie Ihre Schema-Implementierung mit dem Rich Results Test:
<https://search.google.com/test/rich-results>

Technische Aspekte

Core Web Vitals

Core Web Vitals sind von Google definierte Messwerte, die die Nutzerfreundlichkeit Ihrer Website bewerten. Sie umfassen Ladegeschwindigkeit, Interaktivität und visuelle Stabilität Ihrer Website. Diese Faktoren sind besonders wichtig für lokale Websites, da potenzielle Kunden oft unterwegs und über mobile Geräte zugreifen.

Diese Performance-Metriken sind entscheidend für das Ranking:

- Largest Contentful Paint (LCP): Ladezeit des Hauptinhalts, optimal unter 2,5 Sekunden. Wenn dieser länger zum Laden braucht, kann dies Ihr Ranking verschlechtern.
- First Input Delay (FID): Reaktionszeit der Website, optimal unter 100 Millisekunden. Reagiert beispielsweise ein Kontaktformular verzögert, kann dies mobile Nutzer frustrieren.
- Cumulative Layout Shift (CLS): Visuelle Stabilität, optimal unter 0,1. Wenn sich Ihre Navigationsleiste verschiebt, während ein Bild nachlädt, führt dies zu einer schlechten Nutzererfahrung.

Technische Aspekte

Technische On-Page Optimierung

Die technische On-Page-Optimierung umfasst alle Elemente im HTML-Code Ihrer Website, die für Suchmaschinen relevant sind. Diese Elemente helfen Suchmaschinen dabei, den lokalen Bezug Ihrer Seiten zu verstehen und sie entsprechend in den lokalen Suchergebnissen zu positionieren.

- Optimierte Titel-Tags mit lokalem Bezug
- Meta-Beschreibungen mit Call-to-Action und Standortinformation
- Lokalisierte Header-Struktur(H1-H6)
- Optimierte Bildnamen und ALT-Texte mit lokalem Bezug
- Komprimierung von Bildern und Ressourcen

Technische Aspekte

URL-Struktur für lokale Landingpages

Eine durchdachte URL-Struktur hilft sowohl Nutzern als auch Suchmaschinen, die geografische Relevanz Ihrer Seiten zu erkennen. Sie ist besonders wichtig für Unternehmen mit mehreren Standorten oder verschiedenen lokalen Dienstleistungen.

- Klare Hierarchie: domain.de/regensburg/dienstleistung
 - Optimal:
 - domain.de/regensburg/elektriker
 - domain.de/regensburg/notdienst
 - domain.de/stadtamhof/elektriker
 - Suboptimal:
 - domain.de/page123
 - domain.de/dienstleistungen/elektriker
 - domain.de/service.html
 - Sprechende URLs ohne Sonderzeichen
 - Konsistente Struktur für verschiedene Standorte
 - Vermeidung von Duplicate Content bei mehreren Standorten

Technische Aspekte

Lokalisierte Meta-Informationen

Meta-Informationen sind unsichtbare Elemente im Quellcode Ihrer Website, die Suchmaschinen wichtige Hinweise über den Inhalt und die geografische Relevanz Ihrer Seiten geben. Sie sind entscheidend für die Darstellung Ihrer Seite in den lokalen Suchergebnissen.

- Standortspezifische Title-Tags
- Individuelle Meta-Descriptions mit lokalem Bezug
 - Schlecht: "Wir sind Ihr Handwerker."
 - Gut: "Ihr Elektriker in Regensburg ➤ 24h Notdienst ✓ 15 Jahre Erfahrung ✓ Kostenlose Beratung ➔ Jetzt anrufen!"
- Lokalisierte Open Graph Tags für Social Media
- Regionale Keyword-Optimierung in Meta-Daten

Technische Aspekte

Mobile-First Indexierung

- Priorisierung der mobilen Version für Google
- Responsive Design statt separater mobiler Website
- Optimierte Ladezeiten für mobile Nutzer
- Touch-freundliche Navigationselemente

Lokale Sitemaps

- Separate Sitemap für standortspezifische Seiten
- Integration von hreflang-Tags bei mehrsprachigen Seiten
- Geo-Sitemap für mehrere Standorte
- Regelmäßige/automatische Aktualisierung der Sitemap

Aktionsplan

Technische Optimierung umsetzen:

- Mobile Performance testen
- Schema Markup implementieren
- Core Web Vitals optimieren
- Meta-Informationen lokalisieren

Technische Optimierung ohne Aufwand

Eine technisch saubere Website ist die Grundlage jeder Local-SEO-Strategie – doch gerade hier wird es schnell komplex. Ladezeiten, Core Web Vitals, Schema-Markup und strukturierte Meta-Informationen erfordern Know-how und regelmäßige Pflege.

Wir übernehmen das für Sie:

- Gründliche Analyse Ihrer aktuellen Website-Performance
- Umsetzung aller empfohlenen technischen Anpassungen
- Implementierung des Local-Business-Schemas nach Google-Standard
- Laufendes Monitoring und Optimierung Ihres Internetauftritts

So bleibt Ihr Internetauftritt stabil, schnell und suchmaschinenfreundlich – ohne dass Sie sich selbst um technische Details kümmern müssen. [Kontaktieren Sie uns](#), wenn Sie Ihre Website zukunftssicher aufstellen möchten.

Praxisleitfaden für Local SEO

Die besten Strategien bleiben wirkungslos ohne konkrete Umsetzung. Dieser Praxisleitfaden übersetzt die theoretischen Grundlagen in handfeste Handlungsempfehlungen. Mit den folgenden Checklisten und Beispielen können Sie die Local SEO Optimierung systematisch angehen und den Erfolg Ihrer Maßnahmen kontinuierlich überprüfen.

Monatliche Wartungscheckliste

1. Google Business Profile Pflege

- Aktualität der Geschäftsinformationen prüfen
- Idealerweise 4 neue Google Posts erstellen
- 2 - 3 neue Fotos hochladen
- Alle neuen Bewertungen beantworten
- Öffnungszeiten auf Aktualität prüfen
- Fragen von Kunden beantworten

Praxisleitfaden für Local SEO

Monatliche Wartungscheckliste

2. Website Performance

- PageSpeed Insights Test durchführen (<https://pagespeed.web.dev/>)
- Core Web Vitals in der Search Console prüfen
- Mobile Darstellung testen
- Broken Links identifizieren
- Bildoptimierung prüfen

3. Content und Keywords

- Lokale Keywords in Google Search Console analysieren
- Neue lokale Events für Content-Planung identifizieren
- Bestehende Inhalte auf Aktualität prüfen
- Lokale Nachrichten für Content-Ideen sichten

Praxisleitfaden für Local SEO

Monatliche Wartungscheckliste

4. Monitoring und Analyse

- Google Business Profile Insights auswerten:
 - Kundeninteraktionen
 - Suchbegriffe
 - Foto-Aufrufe
 - Wegbeschreibungsanfragen
- Rankings für wichtigste lokale Keywords prüfen
- Wettbewerber-Aktivitäten beobachten

Praxisleitfaden für Local SEO

Quartalsweise Aufgaben

1. Website-Audit

- Überprüfung der indexierten Seiten in Google Search Console
- Analyse der Core Web Vitals
- Identifikation technischer Probleme
- Schema Markup mit Rich Results Test prüfen

2. Performance Review

- Vergleich mit Wettbewerbern
- Analyse der Kundeninteraktionen
- Auswertung der populärsten Suchbegriffe
- Überprüfung aller Verzeichniseinträge auf Konsistenz

Praxisleitfaden für Local SEO

Quartalsweise Aufgaben

3. Content-Strategie

- Analyse erfolgreicher Inhalte
- Planung neuer lokaler Content-Pieces
- Review der lokalen Backlinks
- Anpassung der Content-Strategie nach Auswertung

Praxisleitfaden für Local SEO

Beispiele für professionelle Antworten auf Bewertungen

Antwort auf eine positive Bewertung:

"Vielen Dank für Ihr positives Feedback! Wir wissen Ihre freundlichen Worte zu schätzen und freuen uns sehr, dass Sie eine tolle Erfahrung mit uns gemacht haben. Wir bemühen uns, den besten Service zu bieten und es freut uns zu hören, dass uns das gelungen ist. Nochmals vielen Dank!"

Antwort auf eine durchschnittliche Bewertung:

"Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, uns eine Bewertung zu geben. Wir wissen Ihr Feedback über unseren Service sehr zu schätzen. Wir würden gerne mehr über Ihre Erfahrungen erfahren, um uns weiter verbessern zu können. Bitte kontaktieren Sie uns direkt unter [Kontaktdaten]."

Antwort auf eine negative Bewertung:

"Hallo [Name], vielen Dank für Ihre Bewertung. Wir schätzen jede Rückmeldung unserer Kunden, denn das hilft uns dabei, stetig besser zu werden. Wir würden die beschriebene Situation gerne mit Ihnen persönlich besprechen. Bitte kontaktieren Sie uns unter [Kontaktdaten], damit wir gemeinsam eine Lösung finden können."

Praxisleitfaden für Local SEO

Warum Bewertungsmanagement wichtig ist

Ein aktives Bewertungsmanagement stärkt Ihr digitales Image nachhaltig. Der professionelle Umgang mit Feedback – besonders bei kritischen Stimmen – zeigt Ihre Kundenorientierung und schafft Vertrauen. 89% der Nutzer lesen die Antworten auf negative Bewertungen.¹¹

Aktives Bewertungsmanagement

- Steigert das Vertrauen potenzieller Kunden
- Verbessert Ihre Sichtbarkeit in lokalen Suchergebnissen
- Gibt Ihnen die Chance, negative Erfahrungen zu korrigieren

Praxisleitfaden für Local SEO

KPI-Tracking mit Google Unternehmensprofilen

- Aufrufe des Unternehmensprofils
- Häufigste Suchbegriffe
- Kundenaktionen (Anrufe, Wegbeschreibungen, Website-Besuche)
- Foto-Aufrufe und Vergleich zum Branchendurchschnitt
- Performance in der lokalen Suche

Kostenlose Werkzeuge für Local SEO

- Google Search Console: Technische SEO-Analyse, Suchanalyse, Fehlererkennung (<https://search.google.com/search-console>)
- Google PageSpeed Insights: Performance-Optimierung, Mobile Usability (<https://pagespeed.web.dev/>)
- Google Unternehmensprofile: Verwaltung und Analyse der lokalen Präsenz (https://www.google.com/intl/de_de/business/)
- Google Rich Results Test: Überprüfung der strukturierten Daten (<https://search.google.com/test/rich-results>)
- Google Trends: Analyse regionaler Suchinteressen und saisonaler Themen (<https://trends.google.de/trends/>)
- Bing Webmaster Tools: Technische Analyse und Suchperformance in Bing (<https://www.bing.com/webmasters/>)

Professionelle Analyse und Betreuung durch 3Dreams

Als Full-Service Digitalagentur setzen wir für unsere Kunden zusätzlich professionelle Enterprise-Level Marketing-Tools ein. Diese ermöglichen uns deutlich tiefergehende Analysen:

Erweitertes Local SEO Monitoring:

- Tracking der Rankings für lokale Suchanfragen und detaillierte Analyse der Google Maps Platzierungen
- Automatisierte Überwachung aller lokalen Verzeichniseinträge
- Wettbewerbsanalyse im lokalen Umfeld und Performance-Vergleiche auf Stadtgebiet-Ebene

Vorteile für Sie:

- Frühzeitige Erkennung von Ranking-Veränderungen
- Automatische Benachrichtigung bei neuen Bewertungen
- Umfassende Marktanalysen für Regensburg
- Identifikation lokaler Optimierungspotenziale
- Detaillierte monatliche Performance-Berichte

Diese erweiterten Analyse-Möglichkeiten erlauben uns, die Local SEO-Strategie unserer Kunden kontinuierlich zu optimieren und messbare Erfolge zu erzielen.

[Vereinbaren Sie jetzt ein unverbindliches Erstgespräch.](#)

Wichtige Basis-Verzeichnisse

Google Unternehmensprofil (https://www.google.com/intl/de_de/business/)

Provenexpert (<https://www.provenexpert.com/de-de/registrierung/>)

Das Örtliche (<https://www.dasoertliche.de/?buch=1>)

werkenntdenBesten (<https://www.werkenntdenbesten.de/eintragen>)

11880.com (<https://unternehmen.11880.com/>)

Gelbe Seiten (<https://www.gelbeseiten.de/unternehmenseintrag>)

KennstDuEinen (<https://www.kennstdueinen.de/eintragen>)

Webwiki.de (<https://www.webwiki.de/Neu>)

golocal (<https://www.golocal.de/anmelden/>)

GoYellow (<https://www.goyellow.de/kostenloser-eintrag>)

Stadtbranchenbuch.com (<https://www.stadtbranchenbuch.com/neueintrag.php>)

Marktplatz Mittelstand (<https://www.marktplatz-mittelstand.de/Firmeneintrag>)

city-map (<https://www.city-map.de/branchenbuch/eintragen/>)

Das Telefonbuch (<https://www.dastelefonbuch.de/Eintrag/Basis>)

WLW - Wer liefert was (<https://www.wlw.de/de/your-business>)

Onlinestreet (<https://www.onlinestreet.de/eintragen.html>)

regional.de (<https://www.regional.de/eintrag>)

ÖffnungszeitenBuch (<https://www.oeffnungszeitenbuch.de/eintragen.html>)

Wichtige Basis-Verzeichnisse

Hotfrog (<https://www.hotfrog.de/AddBusiness>)

StadtBranche (<https://www.stadtbranche.de/eintrag.php>)

Branchenbuch Deutschland (<https://www.branchenbuch-deutschland.com/eintragen.asp>)

Mister What (<https://de.misterwhat.com/company/signup>)

Unternehmensverzeichnis.org (<https://www.unternehmensverzeichnis.org/eintragen/>)

Branchenverzeichnis.org (<https://www.branchenverzeichnis.org/eintragen/>)

Branchen-Domain.de (<https://www.branchen-domain.de/eintragen.html>)

Koomio (<https://www.koomio.com/de/add-company>)

auskunft.de (<https://www.auskunft.de/eintragen>)

BundesTelefonbuch (<https://www.bundestelefonbuch.de/eintrag>)

Exilon (<https://www.exilon.de/eintragen.html>)

Firmeneintrag.de (<https://www.firmeneintrag.de/eintragen.php>)

Apple Maps (<https://businessconnect.apple.com>)

Bing Places für business (<https://www.bingplaces.com>)

Aktionsplan

Monitoring einrichten

- Google Search Console Setup
- Performance-Tracking aktivieren
- Wettbewerberbeobachtung starten
- Reporting-System aufsetzen

Zeit sparen bei der Verzeichnis-Verwaltung

Die manuelle Pflege von Branchenverzeichnissen ist zeitaufwendig und fehleranfällig. 3Dreams bietet Ihnen eine professionelle Lösung:

- Automatisierte Anmeldung bei über 60 relevanten Verzeichnissen
- Kontinuierliche Synchronisation aller Unternehmensdaten
- Zentrale Verwaltung aller Einträge
- Monitoring von Bewertungen und Interaktionen
- Sofortige Aktualisierung bei Änderungen

Sparen Sie wertvolle Zeit und überlassen Sie uns die professionelle Verwaltung Ihrer Verzeichniseinträge. Ein konsistenter Unternehmensauftritt in allen relevanten Verzeichnissen stärkt Ihre lokale Sichtbarkeit und verbessert Ihr Ranking in den Suchergebnissen. [Kontaktieren Sie uns](#) für weitere Informationen zu unserem Verzeichnis-Management-Service.

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

Die Bedeutung sozialer Medien für die lokale Sichtbarkeit wächst stetig. Ein aktiv gepflegtes Profil auf Instagram und TikTok kann Ihre lokale Präsenz deutlich verstärken.

Neue Suchgewohnheiten

Die Art und Weise, wie Menschen nach lokalen Unternehmen suchen, hat sich grundlegend gewandelt. Besonders die Generation Z zeigt hier ein völlig neues Suchverhalten: 40% dieser Altersgruppe nutzt Instagram und TikTok anstelle von Google Maps oder der klassischen Google-Suche für die Entdeckung lokaler Geschäfte.¹² Diese Entwicklung wird durch die zunehmende visuelle Orientierung der jüngeren Generation getrieben, die authentische Einblicke in Geschäfte und Dienstleistungen sucht, bevor sie diese persönlich aufsucht.¹³

Typische Suchanfragen:

- "Café Regensburg gemütlich"
- "Beste Pizza Stadtamhof"
- "Hidden Gems Regensburg"
- "Brunch Spots Altstadt"

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

Instagram: Kuratierte Themen-Hubs

Auch kleinere Unternehmen können mit einfachen Mitteln eine klare Struktur und Wiedererkennung in ihrem Instagram-Auftritt schaffen. Durch Profil-Pins, Karussells und Story-Highlights lassen sich Inhalte gezielt bündeln und dauerhaft sichtbar machen – ideal, um Leistungen, Orte oder Aktionen hervorzuheben.

Profil-Pins als Themenanker

- Bis zu drei Beiträge oder Reels im Profil anheften – z. B. „Unsere Leistungen“, „Aktuelle Angebote“ oder „Kundenstimmen“.
- Pins regelmäßig austauschen, um neue Aktionen oder saisonale Themen sichtbar zu machen.

Karussells als Themen-Serien

- Mehrere Slides zu einem Thema: erste Slide als Titel, danach je Slide ein Tipp, Beispiel oder Angebot.
- Einheitliches Cover-Design sorgt für Wiedererkennung.
- Beispiel: „5 Tipps für gepflegte Gartenanlagen“ (Landschaftsbau), „Unsere beliebtesten Mittagsgerichte“ (Restaurant) oder „3 Gründe für regelmäßige Wartung“ (Handwerksbetrieb).

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

Instagram: Kuratierte Themen-Hubs

Story-Highlights als Navigation

- Dauerhafte Highlights helfen, Ihr Profil übersichtlich zu strukturieren – z. B. „Angebote“, „Referenzen“, „Team“, „Kontakt“.
- Einheitliche Cover und klare Bezeichnungen schaffen Professionalität und Vertrauen.

Sammlungen(Collections) für die Redaktion

- Nicht öffentliche Sammlungen erleichtern die Planung und Wiederverwendung von Inhalten.
- Ideal, um Beiträge nach Themen, Jahreszeiten oder Kampagnen zu organisieren.

Link-Hub zur Vertiefung

- Nutzen Sie den „Link in Bio“, um auf eine eigene Landingpage zu verweisen, die alle wichtigen Themen, Aktionen und Kontaktmöglichkeiten bündelt.

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

Instagram: Kuratierte Themen-Hubs

Lokale Signale: Location & Hashtags

- Verwenden Sie Location Tags für Ihren Standort oder Ihr Einzugsgebiet (z. B. Regensburg, Stadtamhof, Neutraubling).
- Ergänzen Sie Ihre Beiträge mit lokalen Hashtags wie #regensburg, #stadtamhof, #bayern oder branchenspezifischen Kombinationen (#friseurregensburg, #bäckereiregensburg).
- Ergänzen Sie Highlights nach Themenbereichen, z. B. „Frühstücksangebote“, „Hochzeiten“, „Kundenprojekte“.

Vorteile für Local SEO

- Höhere Sichtbarkeit in der lokalen Community und auf Google durch konsistente Ortsangaben.
- Mehr Interaktion durch Themenserien und Story-Formate.
- Klare Navigation, die Nutzern hilft, Ihre Angebote schnell zu verstehen.
- Stärkung der Markenwahrnehmung durch einheitliche Gestaltung und lokale Relevanz.

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

TikTok-Tools und Tipps:

Im Creative Center (<https://creativecenter.tiktok.com/>) können Sie nach Region geordnete Trend-Songs, Hashtags und aktuelle Trends finden. Dies ist ein kostenloses Tool, das auch ohne TikTok-Werbepartnerschaft genutzt werden kann.

Zielgruppen-Insights Tool

- Zugang über den kostenfreien TikTok-Ads-Manager (<https://ads.tiktok.com/>)
- Zeigt relevante Interessenkategorien und Hashtags für Ihr lokales Publikum
- Hilft bei der Identifikation lokaler Subkulturen und Communities

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

TikTok-Tools und Tipps:

Best Practices für lokale Trends

- Trends gezielt auswählen und authentisch vermitteln
- Nicht zu spät auf Trends aufspringen
- Trends mit eigener, lokaler Note versehen
- Regelmäßig die "For You Page" beobachten

Wichtig: Nicht jedem Trend blind folgen. Die TikTok-Community bemerkt sofort, wenn ein Trend nicht mehr aktuell ist oder nicht authentisch umgesetzt wird. Eine regelmäßige Präsenz auf der Plattform ist notwendig, um das Timing und die Relevanz von Trends richtig einschätzen zu können.

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

TikTok-Tools und Tipps: Video-Content nach Kategorien

Informative Videos

- Café: Einblicke in die Kaffeeröstung, Barista-Tipps
- Zahnarzt: Erklärungen zu Behandlungsmethoden, Prophylaxe-Tipps
- Elektriker: Wartungshinweise, Energiespartipps

Unterhaltende Videos

- Café: "Behind the Scenes" der Tortenzubereitung
- Zahnarzt: Tag in der Praxis, Vorstellung des Teams
- Elektriker: Kuriose Elektroinstallationen, schnelle Reparaturtipps

Inspirierende Videos

- Café: Latte Art Kreationen, saisonale Spezialitäten
- Zahnarzt: Vorher-Nachher Ergebnisse (mit Einverständnis; Richtlinien für medizinische Inhalte beachten!)
- Elektriker: Smarthome-Lösungen, kreative Beleuchtungskonzepte

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

TikTok-Tools und Tipps: Video-Content nach Kategorien

Konvertierende Videos

- Café: Aktuelle Angebote, Eventankündigungen
- Zahnarzt: Praxisführung, Vorstellung neuer Behandlungsmethoden
- Elektriker: 24h-Notdienst, Sonderaktionen

Bonus

Social Media als Local SEO Faktor

Einstieg in die Sozialen Medien: Die minimale Präsenz als praktikable Option

Eine vollständige, gut gepflegte Basispräsenz in sozialen Medien ist für jedes Unternehmen machbar und bringt bereits wichtige Vorteile für Ihre lokale Sichtbarkeit. Mit minimalem Zeitaufwand können Sie folgende Grundlagen schaffen:

- Vollständiges Geschäftsprofil
- Aktuelle Öffnungszeiten
- Korrekte Standortangaben
- Verknüpfung mit Google Business Profile
- Reaktion auf Direktnachrichten

Diese Basis-Strategie erfordert nur wenige Stunden im Monat, ist gut planbar und kann von jedem Unternehmen umgesetzt werden. Sie bildet außerdem das perfekte Fundament, falls Sie später eine aktiveren Social-Media-Strategie entwickeln möchten.

Beachten Sie: Eine völlig inaktive Präsenz kann negative Signale senden. Ein verwaistes Profil mit veralteten Informationen schadet mehr als es nutzt. Wählen Sie lieber weniger Plattformen, diese aber mit regelmäßiger Minimalpflege.

Aktionsplan

Basis aufbauen

- Geschäftsprofil auf Instagram und TikTok anlegen
- NAP-Daten konsistent eintragen
- Mit Google Business Profile verknüpfen
- Profilbeschreibung mit lokalem Bezug erstellen

Minimale Präsenz sicherstellen

- Öffnungszeiten aktuell halten
- Auf Kundennachrichten reagieren
- Grundlegende Geschäftsfotos hochladen
- Standortinformationen pflegen

▪ **Optional: Aktive Strategie entwickeln**

- Wöchentlichen Content-Plan erstellen
- Lokale Hashtags recherchieren
- Video-Konzept nach Kategorien aufbauen
- Interaktion mit lokaler Community planen

Zukunftsansicht

Local SEO Trends 2026 und darüber hinaus

Die lokale Suche verändert sich rasant: Nutzernsignale, KI-gestützte Ergebnisoberflächen und visuelle/kontextuelle Suchen gewinnen an Gewicht. Für Unternehmen in Regensburg heißt das: Datenqualität, technische Basis und glaubwürdige Inhalte werden noch entscheidender. Die folgenden Punkte skizzieren die wichtigsten Trends für 2026+ und zeigen, wo jetzt Hebel für mehr Sichtbarkeit liegen.

Kontextbezogene lokale Suchanfragen

- Standortbezug ist inzwischen Standard – Nutzer formulieren Suchanfragen natürlicher („geöffnet jetzt“, „beste Bewertung“, „günstig“, „nachhaltig“, „barrierefrei“).
- Google berücksichtigt automatisch Nähe, Bewertungen, Öffnungszeiten, Attribute (z. B. „rollstuhlgerecht“).
- Für KMU wichtig: vollständige Angaben und Attribute im Google Unternehmensprofil (z. B. Ausstattung, Serviceoptionen, Zielgruppen).
- Bewertungen, Öffnungszeiten, Fotos und aktuelle Posts werden zu zentralen Entscheidungsfaktoren in der lokalen Suche.

Local SEO Trends 2026 und darüber hinaus

Weiterentwicklung der Core Web Vitals

- Nutzerfreundlichkeit bleibt zentrales Qualitätskriterium (Ladezeit, Interaktivität, Stabilität).
- Technisch saubere Websites mit klarem Aufbau, guter Lesbarkeit und logischer Struktur erfüllen zugleich Anforderungen an Barrierefreiheit.
- Barrierefreie Gestaltung wird zunehmend ein indirekter Rankingfaktor: semantisch korrekter Code, Alternativtexte, Kontrastverhältnisse, Fokus-Indikatoren.

Visuelle Suche im Aufwind

- Visuelle Suche (Google Lens, Pinterest Lens, Bing Visual Search) wird stärker in Google Maps und AI Overviews integriert.
- Nutzer entdecken Geschäfte über Bilder, Produkte oder Beschilderungen („Bildsuche statt Texteingabe“).
- Für KMU bedeutet das:
 - Hochwertige, geo-getaggte Fotos mit Ortsbezug verwenden.
 - Bildnamen, ALT-Texte und Metadaten mit lokalen Keywords optimieren.
 - Konsistente, markentypische Bildsprache für Wiedererkennung.

Local SEO Trends 2026 und darüber hinaus

Featured Snippets und AI Overviews

- „Zero-Click“-Ergebnisse werden durch KI erweitert.
- Lokale Ergebnisse werden direkt in KI-generierten Antworten eingebunden – z. B. Öffnungszeiten, Bewertungen, Standortinfos.
- Unternehmen mit klar strukturierten Inhalten, FAQ-Abschnitten und Schema-Markup erscheinen häufiger in diesen Overviews.
- Für KMU: Fragen-Antworten-Content, strukturierte Daten (FAQ, LocalBusiness) und klar gegliederte Seiteninhalte werden entscheidend.

KI und maschinelles Lernen in der lokalen Suche

- Suchergebnisse werden zunehmend personalisierter: Standort, Suchhistorie, Interessen, Bewertungen und Kontext beeinflussen Rankings.
- KI-Systeme (Google AI Overviews, ChatGPT Search, Perplexity, Bing Copilot) nutzen strukturierte Webdaten für direkte Antworten.
- Wichtig für KMU:
 - Einheitliche und maschinenlesbare Unternehmensdaten (Schema.org, Wikidata, OpenStreetMap).
 - Lokale Relevanz durch präzise, glaubwürdige Inhalte und gepflegte Profile.
 - Inhalte müssen sowohl für Menschen als auch für KI-Systeme verständlich sein („semantisches SEO“).

Local SEO Trends 2026 und darüber hinaus

Voice Search und Conversational Search

- Sprachassistenten (Google Assistant, Siri, Alexa) werden stärker für lokale Suchanfragen genutzt („Wo ist die nächste Bäckerei?“).
- Suchintentionen sind wichtig: natürliche Sprache und Fragen-Keywords im Content.
- Unternehmen profitieren von FAQ-Strukturen und klaren, sprechenden Texten in Website und GBP-Profil.

Trust-Signale und Authentizität

- Google gewichtet echte Bewertungen, Antworten des Unternehmens, lokale Fotos und regelmäßige Updates stärker.
- E-E-A-T-Signale (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) werden lokal messbar:
 - Kontinuität in Inhalten und Bewertungen,
 - echte Teamfotos statt Stockbilder,
 - nachvollziehbare Kontakt- und Standortdaten.
 - Authentische, konsistente Kommunikation stärkt Vertrauen – online wie offline.

Autoren & Agentur

Über die Autoren

Mario Augustin ist Geschäftsführer mit Fokus auf Online Marketing. Seine Expertise liegt in der Entwicklung zielgerichteter Marketing-Strategien und der Erschließung effektiver Traffic-Quellen für Kunden.

Michael Huber ist Gründer und Geschäftsführer von 3Dreams seit 1997. Als technischer Leiter verantwortet er den Bereich Entwicklung und steht für präzise Problemlösungen sowie technische Fachkompetenz.

Über 3Dreams

Die 3Dreams Medienagentur wurde 1997 gegründet und entwickelt seit über 25 Jahren maßgeschneiderte digitale Lösungen. Als Full-Service Digitalagentur vereinen wir Webdesign, Entwicklung und digitales Marketing zu ganzheitlichen Strategien für unsere Kunden.

Kontakt

Web: <https://3dreams.com>

Telefon: [0941-307490](tel:0941-307490)

E-Mail: office@3dreams.com

Adresse: 3Dreams Medienagentur, Augustenstr. 19, 93049 Regensburg

Glossar

AI Overviews

Von Google eingeführte, KI-gestützte Suchergebnisse, die Inhalte aus verschiedenen Quellen zusammenfassen und direkt in der Suche anzeigen. Ziel ist es, dem Nutzer sofort eine umfassende Antwort zu liefern, oft inklusive lokaler Anbieter.

ALT-Texte

Textbeschreibungen für Bilder im Website-Code, die Suchmaschinen helfen zu verstehen, was auf dem Bild zu sehen ist. Bei lokalen Websites sollten diese auch geografische Bezüge enthalten.

Audit

Systematische Überprüfung Ihrer Online-Präsenz auf technische Fehler, Optimierungspotenziale und Ranking-Faktoren. Ein Local-SEO-Audit analysiert speziell die lokalen Ranking-Faktoren.

Backlinks

Verlinkungen von anderen Websites auf Ihre Website. Solche Links können Sie als Empfehlung für Ihr Unternehmen betrachten. Lokale Backlinks stammen von anderen Unternehmen, Vereinen oder Organisationen aus Ihrer Region.

Barrierefreiheit

Gestaltung einer Website, die auch von Menschen mit Einschränkungen problemlos genutzt werden kann. Technisch umfasst dies klare Struktur, semantischen Code, ausreichende Kontraste und Alternativtexte – Faktoren, die sich positiv auf Nutzerfreundlichkeit und SEO auswirken.

Core Web Vitals

Von Google definierte Messwerte für die Nutzerfreundlichkeit einer Website, bestehend aus Ladegeschwindigkeit (LCP), Interaktivität (INP, ersetzt FID) und visueller Stabilität (CLS).

Glossar

Featured Snippets

Hervorgehobene Informationsboxen in den Google-Suchergebnissen, die direkte Antworten auf Suchanfragen liefern. Lokale Unternehmen können dort mit klar strukturierten, informativen Inhalten sichtbar werden.

For You Page (FYP)

Personalisierte Hauptseite auf TikTok, die Nutzern algorithmisch ausgewählte Videos basierend auf Interessen und Interaktionen zeigt.

Google Business Profile / Google Unternehmensprofil

Kostenloser Dienst von Google zur Verwaltung der Online-Präsenz eines Unternehmens in der Google-Suche und auf Google Maps (früher Google My Business).

Google Lens / Visuelle Suche

Funktion, mit der Nutzer über die Kamera oder ein Bild nach Informationen suchen können. Für lokale Unternehmen wichtig, da Produkte, Schaufenster oder Logos direkt in der visuellen Suche erscheinen können.

Header-Überschriften (H1-H6)

Hierarchische Überschriften im HTML-Code, die die Struktur einer Webseite definieren. Die H1-Überschrift sollte bei lokalen Seiten den geografischen Bezug enthalten.

KPI (Key Performance Indicators)

Messbare Kennzahlen, die den Erfolg Ihrer Local-SEO-Maßnahmen zeigen, z. B. die Anzahl der Anrufe, Wegbeschreibungsanfragen oder lokalen Rankings.

Glossar

KMU (Kleine und mittlere Unternehmen)

Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von maximal 50 Mio. €. Sie bilden das Rückgrat der lokalen Wirtschaft und profitieren besonders stark von gezieltem Local SEO.

Local Pack

Die drei hervorgehobenen lokalen Suchergebnisse mit Karte, die Google bei lokalen Suchanfragen über den regulären Suchergebnissen anzeigt.

Location Tags

Geografische Markierungen in sozialen Medien, die den Standort eines Posts oder Unternehmens kennzeichnen. Sie helfen, lokale Reichweite zu erhöhen.

Meta-Informationen

Unsichtbare Elemente im Website-Code (z. B. Title-Tags, Meta-Descriptions, Open Graph Tags), die Suchmaschinen Hinweise auf den Inhalt einer Seite geben.

NAP-Daten

Grundinformationen eines Unternehmens: Name, Adresse, Telefonnummer (Name, Address, Phone). Diese müssen auf allen Plattformen identisch sein.

NAP-Konsistenz

Einheitliche Schreibweise und Darstellung der NAP-Daten über alle Online-Profile, Verzeichnisse und sozialen Netzwerke hinweg. Ein wichtiger Faktor für lokales Ranking.

Responsive Webdesign

Technik, bei der sich das Layout einer Website automatisch an verschiedene Bildschirmgrößen anpasst – besonders wichtig, da die meisten lokalen Suchen mobil erfolgen.

Glossar

Rich Results

Erweiterte Suchergebnisse mit zusätzlichen Informationen wie Bewertungen, Öffnungszeiten oder Preisen, die durch strukturierte Daten ermöglicht werden.

Schema Markup

Strukturierte Daten im Code einer Website, die Suchmaschinen helfen, Inhalte wie Unternehmensdaten, Öffnungszeiten oder Bewertungen korrekt zu interpretieren.

Sitemap

Datei, die Suchmaschinen einen Überblick über alle wichtigen Seiten einer Website gibt und deren Struktur beschreibt – das Inhaltsverzeichnis einer Website.

Social Signals

Interaktionen in sozialen Medien (Likes, Shares, Kommentare), die als indirekte Rankingfaktoren wirken, da sie Popularität und Engagement widerspiegeln.

TikTok Creative Center

Kostenloses Tool von TikTok zur Analyse aktueller Trends, Hashtags und beliebter Musik – auch ohne Werbekonto nutzbar.

Title-Tag

Seitentitel, der in den Suchergebnissen als klickbarer Link erscheint. Einer der wichtigsten Onpage-Rankingfaktoren.

Trust-Signale

Hinweise, die Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit eines Unternehmens unterstreichen, z. B. echte Bewertungen, lokale Fotos, transparente Kontaktinformationen oder regelmäßige Aktualisierungen.

Glossar

URL-Struktur

Der Aufbau der Webseiten-Adressen, oft mit geografischen Angaben bei lokalen Websites (z. B. domain.de/regensburg/dienstleistung).

User-Generated Content (UGC)

Von Nutzern erstellte Inhalte wie Bewertungen, Fotos oder Videos, die das Vertrauen in ein Unternehmen stärken und die lokale Sichtbarkeit erhöhen.

Voice Search

Sprachbasierte Suche über Assistenten wie Google Assistant, Siri oder Alexa. Nutzer stellen Fragen in natürlicher Sprache – wichtig ist daher eine textnahe, verständliche Formulierung der Inhalte.

Zero-Click-Suchen

Suchanfragen, bei denen Nutzer ihre Antwort direkt in den Suchergebnissen finden, ohne auf eine Website zu klicken.

Quellen

2, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12

BrightLocal. (Dezember 2024). Local Consumer Review Survey 2024: Trends, Behaviors, and Platforms Explored. Von <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/> abgerufen

1, 4, 7, 10, 13

SEMrush. (Dezember 2024). 34 Eye-Opening Google Search Statistics for 2024. Von <https://www.semrush.com/blog/google-search-statistics/> abgerufen