

— HAWEKO BUSINESS GUIDES · LOCAL GROWTH EDITION

MEHR SICHTBARKEIT BEI GOOGLE

DER LOCAL SEO QUICK GUIDE

Google Unternehmensprofil, lokale Suche, Bewertungen & Website - 14 Tage für eine stärkere lokale Präsenz.



14 TAGE

Sprint

10 PUNKTE

Profil-Audit

5 PROMPTS

KI für Local SEO

100 %

Praxisfokus

— 01 · WARUM LOCAL SEO

Lokale Suche ist kein Kanal - sie ist ein Entscheidungsmoment.

Menschen suchen nicht nur nach Informationen. Bei lokalen Suchanfragen ist der Bedarf oft schon konkret: Leistung, Ort, Öffnungszeiten, Route, Termin oder direkte Kontaktmöglichkeit.

DIE WICHTIGSTE DENKWEISE

Nicht „Wie werde ich überall sichtbar?“, sondern: „Wie werde ich genau dann sichtbar, wenn ein passender Kunde in meiner Region sucht?“

Google zeigt lokale Ergebnisse in der Suche und in Maps. Für Unternehmen ist deshalb entscheidend, dass Profil, Website und Reputation dasselbe klare Bild vermitteln: Wer sind Sie, was bieten Sie an, wo sind Sie relevant und warum sollte ein Kunde Ihnen vertrauen?

1 · Gefunden werden Der Kunde sucht nach Leistung, Kategorie, Produkt oder Problem in seiner Nähe.	2 · Verstanden werden Profil und Website müssen innerhalb weniger Sekunden klarmachen, ob Sie passen.
3 · Vertrauen gewinnen Bewertungen, Bilder, Leistungen und Aktualität reduzieren Unsicherheit.	4 · Handlung auslösen Anruf, Route, Website, Termin oder Anfrage müssen ohne Reibung erreichbar sein.

PRAXISREGEL

Lokale Sichtbarkeit ist erst dann wertvoll, wenn sie zu einem klaren nächsten Schritt führt.

Relevanz. Entfernung. Bekanntheit.

Google nennt für lokale Ergebnisse vor allem drei Faktoren. Zwei davon können Sie aktiv beeinflussen, einen nur sehr begrenzt. [1]

RELEVANZ	ENTFERNUNG	BEKANNTHEIT
Wie gut passen Unternehmensprofil, Kategorien, Leistungen und Website zur konkreten Suchanfrage?	Wie weit ist Ihr Standort bzw. Einsatzgebiet vom Suchenden entfernt? Dieser Faktor ist nur begrenzt steuerbar.	Wie etabliert wirkt Ihr Unternehmen? Bewertungen, Verlinkungen und allgemeine Bekanntheit können dabei eine Rolle spielen.

Was daraus folgt

- Optimieren Sie nicht auf möglichst viele Begriffe, sondern auf die Leistungen, die Sie tatsächlich verkaufen.
- Halten Sie Profilinformationen vollständig und aktuell. Google weist ausdrücklich darauf hin, dass vollständige und korrekte Angaben bei relevanten lokalen Suchanfragen helfen können. [1]
- Versuchen Sie nicht, Entfernung künstlich zu „optimieren“. Arbeiten Sie stattdessen an Relevanz, Vertrauen und einer klaren regionalen Website-Struktur.
- Ein besseres lokales Ranking kann bei Google weder gekauft noch eingefordert werden. [1]

KEIN TRICK

Local SEO ist kein Hack. Es ist die systematische Verbindung aus korrekten Unternehmensdaten, relevanten Inhalten, echter Reputation und einer guten Nutzererfahrung.

— 03 · PROFIL-AUDIT

Der 10-Punkte-Check für Ihr Google Unternehmensprofil.

Gehen Sie jeden Punkt durch. Alles, was fehlt, veraltet oder unklar ist, wird zu einer konkreten Aufgabe für Ihren 14-Tage-Sprint.

01 Unternehmen bestätigt Ist das Profil verifiziert und der Zugriff intern geklärt?	02 Name & Stammdaten Entsprechen Firmenname, Adresse/Servicegebiet und Telefonnummer der Realität?
03 Öffnungszeiten Sind reguläre und besondere Öffnungszeiten aktuell?	04 Hauptkategorie Beschreibt sie Ihr Kerngeschäft möglichst genau?
05 Zusatzkategorien Decken sie relevante Nebenleistungen ab - ohne Übertreibung?	06 Leistungen / Produkte Sind wichtige Angebote verständlich und aktuell hinterlegt?
07 Website & Kontakt Führen Links auf die richtige, funktionierende Zielseite?	08 Bilder Zeigen aktuelle Fotos Standort, Team, Leistung und Orientierung?
09 Bewertungen Kommen regelmäßig echte Bewertungen hinzu und werden sie beantwortet?	10 Aktualität Ist sichtbar, dass das Unternehmen aktiv und gepflegt ist?

Score: ____ / 10 | **Wichtigste Lücke:** _____

Kategorien, Leistungen, Bilder und Aktualität.

Ein Unternehmensprofil soll nicht möglichst voll wirken. Es soll möglichst eindeutig erklären, was Sie anbieten und warum ein Kunde bei Ihnen richtig ist.

Kategorien Wählen Sie die Hauptkategorie nach Ihrem Kerngeschäft. Zusatzkategorien bilden echte weitere Leistungsbereiche ab.	Leistungen Formulieren Sie Angebote in Kundensprache. Interne Fachbegriffe helfen wenig, wenn Kunden nach einer anderen Bezeichnung suchen.
Bilder Zeigen Sie Außenansicht, Eingang, Innenräume, Team, Leistungen und Ergebnisse. Echte aktuelle Bilder beschleunigen Vertrauen.	Aktualität Pflegen Sie Sonderöffnungszeiten, saisonale Informationen und neue Bilder. Ein gepflegtes Profil signalisiert Verlässlichkeit.

BILDER-SET FÜR LOKALE UNTERNEHMEN

Starten Sie mit 12-20 guten Bildern: Außenansicht, Eingang, Innenraum, Team, 3-5 Leistungen/Produkte, 2-4 Ergebnisse/Referenzen und - wenn relevant - Parken/Zugang.

Für Händler kann Google zusätzlich die Darstellung lokaler Produkte unterstützen, sofern die Funktion im jeweiligen Land und Profil verfügbar ist. [1]

Vertrauen systematisch aufbauen - ohne Richtlinienrisiko.

Bewertungen helfen Kunden bei der Auswahl und können zugleich die lokale Präsenz stärken. Entscheidend ist ein ehrlicher, wiederholbarer Prozess. [1][2]

RICHTIG Nach erfolgreicher Leistung freundlich um ehrliches Feedback bitten. Google stellt dafür einen Bewertungslink bzw. QR-Code bereit. [2]	FALSCH Rabatte, Gratisleistungen oder andere Gegenleistungen für Bewertungen anbieten. Google stuft solche Anreize als unzulässige künstliche Interaktion ein. [2][3]
RICHTIG Positive und kritische Bewertungen zeitnah lesen und professionell beantworten.	FALSCH Kritische Bewertungen nur deshalb melden, weil sie negativ sind. Entfernt werden grundsätzlich nur Inhalte, die gegen Richtlinien verstoßen. [4]

REVIEW-SOP

Trigger: Leistung erfolgreich beendet → Verantwortlicher fragt am selben Tag → Link/QR-Code senden → neue Bewertung innerhalb von 3 Tagen beantworten → wiederkehrende Kritik monatlich auswerten.

Formulierungsvorschlag:

„Wenn Sie mit unserer Arbeit zufrieden sind, freuen wir uns über eine ehrliche Google-Bewertung. Ich schicke Ihnen gern den direkten Link.“

Die Website muss die lokale Relevanz bestätigen.

Das Unternehmensprofil bringt Aufmerksamkeit. Die Website muss anschließend zeigen, dass Ihr Unternehmen tatsächlich zur Leistung, Region und Suchabsicht passt.

Leistungsseiten Wichtige Leistungen erhalten eigene Seiten mit Nutzen, Ablauf, Referenzen, Fragen und klarer Kontaktmöglichkeit.	Standortbezug Adresse, Einzugsgebiet oder echte regionale Einsatzgebiete verständlich kommunizieren - ohne künstliche Ortsseiten-Massen.
Unternehmensdaten Name, Adresse und Telefonnummer konsistent und gut auffindbar halten. Widersprüche schaffen Unsicherheit.	LocalBusiness Schema Strukturierte Daten können Google zusätzliche Informationen wie Adresse und Öffnungszeiten liefern. Verwenden Sie den passendsten LocalBusiness-Untertyp. [5]

Mini-Check für eine lokale Leistungsseite

- Headline: Leistung + Zielgruppe/Region + konkreter Nutzen
- Echte lokale Referenzen, Projekte oder Standortinformationen
- Klare Kontaktmöglichkeit auf Mobilgeräten
- FAQ mit Fragen, die Kunden vor einer Anfrage tatsächlich stellen
- Technisch crawlbar, schnell und ohne unnötige Hürden

Relevanz außerhalb des Profils stärken.

Local SEO endet nicht im Unternehmensprofil. Suchmaschinen und Menschen stoßen an vielen Stellen auf Ihre Marke - Website, Verzeichnisse, lokale Partner, Presse, Verbände oder Projekte.

Branchenverzeichnisse Pflegen Sie nur relevante Einträge und halten Sie Kerninformationen aktuell. Qualität vor Menge.	Lokale Partnerschaften Kooperationen mit Vereinen, Verbänden, Veranstaltern oder Partnerbetrieben können echte Erwähnungen und Links erzeugen.
Lokale Inhalte Berichten Sie über reale Projekte, Regionen, Veranstaltungen, Fragen und Besonderheiten - nicht über austauschbare Ortsnamen.	Referenzen Konkrete Projekte mit Ort, Problem, Lösung und Ergebnis schaffen Nutzen für Kunden und regionale Relevanz.

WICHTIG

Erstellen Sie keine dutzenden nahezu identischen Standortseiten, nur um Ortsnamen abzudecken. Jede lokale Seite braucht einen eigenen, echten Nutzen für den Besucher.

Ein guter lokaler Inhalt beantwortet mindestens eine echte Frage besser als eine generische Standardseite.

Fünf Prompts für bessere Vorbereitung - nicht für automatische Veröffentlichung.

KI kann Recherche, Struktur und Entwürfe beschleunigen. Fakten, Standorte, Öffnungszeiten und Versprechen müssen aber immer geprüft werden.

01 · Suchintention

„Erstelle 20 lokale Suchanfragen rund um [Leistung] in [Region]. Ordne sie nach Informations-, Vergleichs- und Kaufabsicht. Keine erfundenen Suchvolumina.“

02 · Profil-Audit

„Prüfe diese Angaben unseres Google-Unternehmensprofils auf Unklarheiten, fehlende Informationen und widersprüchliche Formulierungen. Nutze nur die gelieferten Daten.“

03 · Leistungsseite

„Erstelle eine Struktur für eine lokale Leistungsseite zu [Leistung] in [Region]: Hero, Nutzen, Ablauf, Belege, FAQ, CTA. Keine Ranking-Garantien.“

04 · Bewertungsantwort

„Formuliere drei professionelle Antworten auf diese Bewertung: sachlich, individuell, ohne Verteidigungston und ohne nicht bestätigte Fakten.“

05 · Content-Ideen

„Entwickle 12 lokale Content-Ideen aus unseren echten Projekten, häufigen Kundenfragen und saisonalen Themen. Jede Idee braucht Ziel, Format und CTA.“

FREIGABEREGL

KI liefert Entwürfe. Sie prüfen Fakten, Datenschutz, Tonalität und die tatsächliche lokale Relevanz.

In zwei Wochen von ungepflegt zu systematisch.

Der Plan ist bewusst klein genug, um umgesetzt zu werden. Pro Tag 20-45 Minuten reichen für die meisten Aufgaben als Start.

TAG 1 Zugänge & Verifizierung prüfen	TAG 2 Name, Adresse/Servicegebiet, Telefon, Website prüfen
TAG 3 Öffnungszeiten & Sonderzeiten aktualisieren	TAG 4 Haupt- und Zusatzkategorien prüfen
TAG 5 Leistungen und Produkte überarbeiten	TAG 6 12-20 aktuelle Bilder auswählen
TAG 7 Bilder hochladen + Profil mobil testen	TAG 8 5 wichtigste lokale Suchanfragen dokumentieren
TAG 9 Bewertungslink/QR-Code vorbereiten	TAG 10 10 passende Kunden um ehrliches Feedback bitten
TAG 11 Bestehende Bewertungen beantworten	TAG 12 Wichtigste lokale Leistungsseite überarbeiten
TAG 13 Lokale Daten/Verzeichnisse auf Widersprüche prüfen	TAG 14 Ausgangswerte dokumentieren + Monatsroutine terminieren

AM TAG 14

Ausgangswerte notieren. Nach 30 und 90 Tagen prüfen, was sich messbar verändert hat.

Fünf Kennzahlen für Ihre monatliche Local-SEO-Routine.

Sie brauchen kein kompliziertes Dashboard. Wichtig ist, dass Sie Entwicklung und Geschäftsergebnis miteinander verbinden.

1 • Profilaktionen Anrufe, Website-Klicks, Routen- oder Kontaktaktionen - soweit in Ihrem Profil verfügbar.	2 • Bewertungen Anzahl, Aktualität, Durchschnitt und wiederkehrende Themen in den Texten.
3 • Lokale Suchanfragen Eine feste kleine Liste wichtiger Leistungs-/Ort-Kombinationen in sinnvollen Abständen vergleichen.	4 • Website-Leads Anfragen und Kontaktaktionen aus lokalen Einstiegsseiten messen.
5 • Lead-Herkunft Bei Anfragen dokumentieren, ob Google, Maps, Empfehlung, Social oder ein anderer Kanal den Kontakt ausgelöst hat.	Monatsroutine 30-45 Minuten: Daten prüfen, neue Bilder ergänzen, Bewertungen beantworten, eine sinnvolle Aktualisierung vornehmen, Kennzahlen notieren.

ZIEL

Nicht täglich auf Rankings schauen. Monatlich prüfen, ob Sichtbarkeit, Vertrauen und qualifizierte Anfragen in die richtige Richtung laufen.

Local SEO ist ein Teil des gesamten Kundengewinnungssystems.

Wenn Google besser funktioniert, muss der Rest der Kundenreise mithalten: Website, Vertrauen, Anfrage, Verkauf und Wiederkauf.

DAS VOLLSTÄNDIGE SYSTEM

Im HAWEKO Local Business Playbook verbinden wir Google, Website, Social Media, KI, Bewertungen, Vertrieb, Point of Sale und einen 30-Tage-Wachstumsplan.

67 Seiten

Praxiswissen für lokale Unternehmen

9 Business-Tools

Checks, Vorlagen, Scorecards und Arbeitsblätter

50 KI-Prompts

Für Marketing, Content, Bewertungen und Vertrieb

30-Tage-Plan

Klare Reihenfolge statt zehn Baustellen gleichzeitig

Mehr Kunden vor Ort - Das Local Business Playbook

29,90 € · einmalig · digitale PDF-Ausgabe

haweko-group.de/playbook/

Quellen & Hinweise

[1] Google Unternehmensprofil-Hilfe: „Ranking in lokalen Suchergebnissen auf Google verbessern“ - support.google.com/business/answer/7091

[2] Google Unternehmensprofil-Hilfe: Bewertungslink bzw. QR-Code zum Anfordern von Rezensionen - support.google.com/business/answer/16816815

[3] Google Unternehmensprofil-Hilfe: Einschränkungen bei gefälschten bzw. incentivierten Rezensionen - support.google.com/business/answer/14114287

[4] Google Unternehmensprofil-Hilfe: Unangemessene Rezensionen melden - support.google.com/business/answer/4596773

[5] Google Search Central: Strukturierte Daten für lokale Unternehmen (LocalBusiness) - developers.google.com/search/docs/appearance/structured-data/local-business

Stand: September 2026. Plattformfunktionen und Richtlinien können sich ändern. Prüfen Sie vor der Umsetzung stets die aktuellen Google-Vorgaben. Der Guide stellt keine Garantie für Rankings, Anfragen oder Umsatz dar.