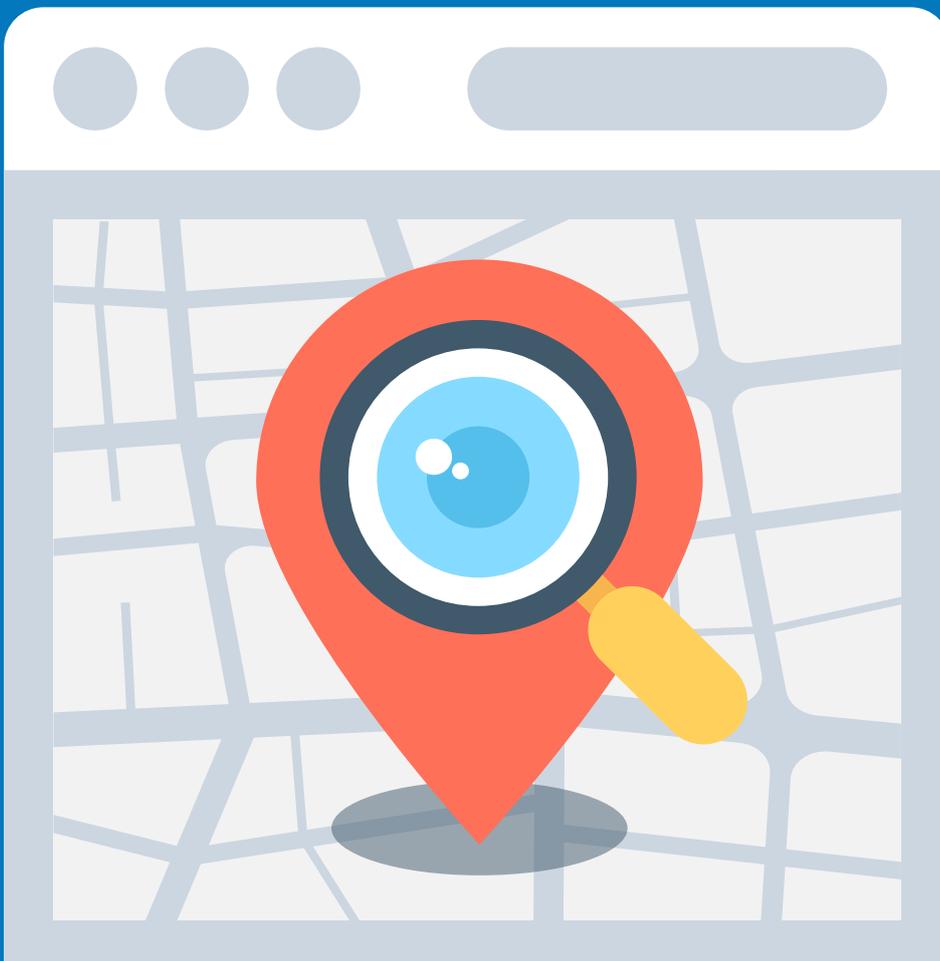


# WIE SIE INS LOCAL PACK GELANGEN

Ein umfassender Leitfaden für Local-SEO-Experten



# Inhalt

---

<b>Einleitung .....</b>	<b>3</b>
An wen richtet sich dieser Leitfaden?.....	4
Worum geht es in diesem Leitfaden?.....	4
<b>1. Kapitel: Was ist das Local Pack und warum ist es wichtig?.....</b>	<b>5</b>
Arten von Local Packs .....	6
- Local Teaser.....	6
- Local Pack .....	7
Warum alle Elemente der Suchergebnisseiten parallel optimieren? .....	7
Wie Sie ins Local Pack gelangen .....	8
<b>2. Kapitel: Account bei Google my Business erstellen und optimieren ..</b>	<b>10</b>
Eintrag in Google My Business erstellen, beanspruchen und bestätigen .....	11
Eintrag optimieren .....	12
Geschäftsinformationen aktualisieren .....	12
Erwähnungen Verwalten .....	14
<b>3. Kapitel: Website für die lokale Suche optimieren.....</b>	<b>15</b>
Googles Ranking-Faktoren für die lokale Suche .....	16
Die Fitness Ihrer Website sicherstellen .....	18
Onpage- und Offpage-Elemente optimieren .....	21
Local-Business-Markup für strukturierte Daten verwenden .....	23
<b>4. Kapitel: Ergebnisse überwachen .....</b>	<b>24</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>27</b>

# Einleitung

---

Bei allen “Grundregeln” oder sogar “eisernen Gesetzen” des SEO, die in den vergangenen Jahren aufgestellt wurden, erfordern manche Aufgaben immer noch eine individuelle Herangehensweise.

Für SEMrush ist Feedback die wichtigste Quelle von Einblicken und Ideen für neue Tools. Wir analysieren gründlich die Arbeitsabläufe unserer Kunden, um Tools zu entwickeln, die einen maximalen Mehrwert bieten.

Während SERP-Funktionen wichtiger werden und immer mehr die Suchergebnisse dominieren, stehen Local-SEO-Experten vor einer neuen Herausforderung: Wie platziere ich eine Seite im Local Pack? Um sie dabei zu unterstützen und Marketing-Verantwortlichen zu helfen, für die lokale Optimierung noch Neuland ist, haben wir zusammen mit einem herausragenden Experten aus Großbritannien, Tim Capper, eine Lösung geschaffen, die lokale Optimierer zum Erfolg führt.



Tim Capper ist auf lokales SEO spezialisiert und führender Experte für Google My Business. Tim ist Eigentümer von [Online Ownership](#), einer Marketing-Agentur mit Sitz im Vereinigten Königreich, die maßgeschneiderte Local-SEO-Dienstleistungen für Unternehmen anbietet. Wenn er nicht arbeitet, können Sie ihn in den Foren von Google My Business antreffen, wo er Online-Unternehmern und Marketing-Verantwortlichen mit Rat und Tat zur Seite steht, oder auch im SEMrushChat, an dem er regelmäßig teilnimmt.



Tim hat uns nicht nur zur Entwicklung neuer Features inspiriert, sondern auch geholfen, diesen umfassenden Leitfaden über die Prinzipien der lokalen Optimierung und insbesondere über Strategien für die Platzierung einer Seite im Local Pack zu erstellen. Seine Ideen sind nicht nur brilliant, sondern stehen fest auf dem Fundament seiner umfangreichen Erfahrung mit dem Voranbringen lokaler Unternehmen in ganz Großbritannien.

# An wen richtet sich dieser Leitfaden?

---

Der vorliegende Leitfaden ist für lokale Optimierer und andere Online-Marketer bestimmt, die davon träumen, ins Local Pack zu gelangen.

# Worum geht es in diesem Leitfaden?

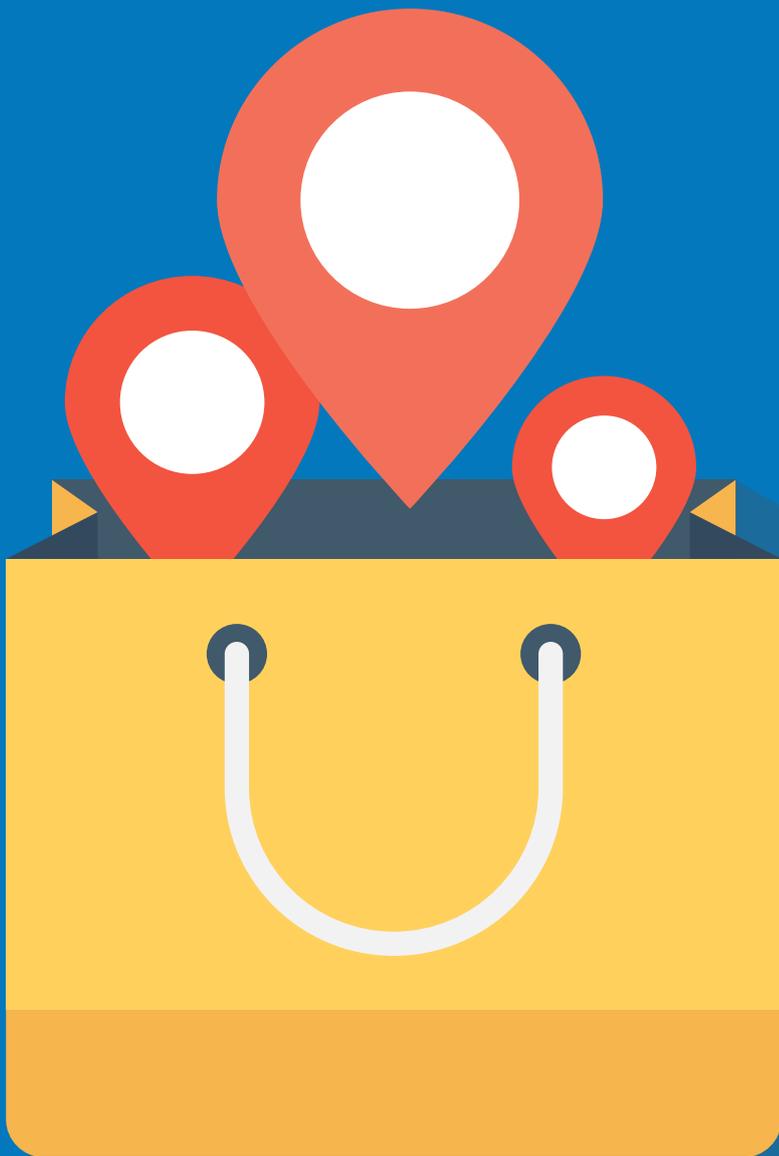
---

Mit tatkräftiger Hilfe von Tim Capper haben wir alle Informationen über das Local Pack gesammelt, eine SERP-Funktion von Google, die lokal tätigen Unternehmen eine einzigartige Online-Sichtbarkeit verschafft. Wir bieten Ihnen sofort umsetzbare Tipps, wie Sie eine Präsenz Ihres Geschäfts im Local Pack erreichen können.

Erwarten Sie jedoch keinen schnellen Hack: Jede Suchmaschinenoptimierung erfordert Zeit und Mühe, um spürbare Ergebnisse zu zeitigen. Doch dieser Leitfaden bringt Sie auf den richtigen Weg und sorgt dafür, dass Sie nicht im Dunkeln tappen.

# 1. KAPITEL

## WAS IST DAS LOCAL PACK UND WARUM IST ES WICHTIG?



Suchmaschinen verwenden Ortsinformationen der Nutzer, um ihren Bedürfnissen bestmöglich entgegenzukommen. Vorbei sind die Zeiten, in denen Sie etwa nach einem Klempner-Notdienst suchten und eine Auswahl von Anbietern aus dem ganzen Land erhielten. Heute verwenden Suchmaschinen Ortsinformationen wie IP-Adressen und Geotargeting, um ein besseres Suchergebnis zu ermöglichen.

Durch eine Optimierung für die lokale Suche machen Sie sich die Bemühungen der Suchmaschinen zunutze, ortsrelevante Unternehmen zuerst in den Suchergebnissen anzuzeigen.

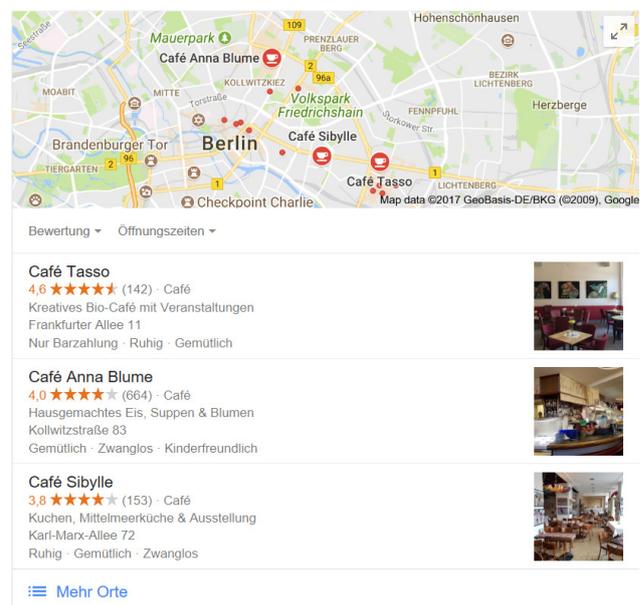
Die Suche nach einer bestimmten Art von Geschäft oder Dienstleistung an einem Ort löst das sogenannte Local Pack aus. Dies ist eine Liste von Unternehmen, die am Ort des Nutzers Produkte oder Dienstleistungen anbieten und die Suchergebnisse damit um eine zusätzliche Ebene erweitern.



Es gibt verschiedene Arten von Local Packs. Diese enthalten aber überwiegend die gleichen Informationsblöcke und unterscheiden sich nicht wesentlich. Wir beschäftigen uns hier mit zwei Arten: dem Local Teaser und dem Local Pack (oder Local Finder). Der Hauptunterschied besteht darin, dass der Local Teaser keine Links enthält.

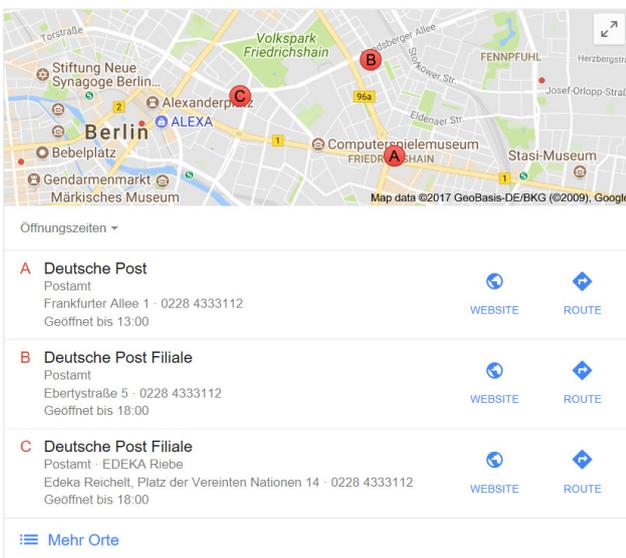
## Local Teaser (manchmal auch als "Local Snack Pack" bezeichnet)

Dies ist ein lokales Dreier-Pack für Restaurants, Unterkünfte und Unterhaltungsangebote. Die Einträge beinhalten je ein Foto, keine Telefonnummer und keine Website-Links, doch wenn Sie eines der Ergebnisse anklicken, erhalten Sie eine Karte mit weiteren Geschäften und erweiterte Informationen über den ausgewählten Anbieter inklusive Link zur Website.



## Local Pack (oder Local Finder)

Dies ist das am häufigsten genutzte Local Pack: eine Dreier-Liste (es können auch mal zwei oder vier Ergebnisse sein) von Geschäften mit Kontaktdaten und anderen nützlichen Informationen.



Neben oder unterhalb der Karte, die innerhalb der Google-Suchergebnisse erscheint, findet sich der häufig mit "NAP" abgekürzte Informations-Dreiklang aus dem Namen, der Adresse und der Telefonnummer des Geschäfts. Die einzige Ausnahme bilden Unternehmen ohne physisches Geschäft (Service Area Business - SAB). Bei solchen werden nur Stadt und Region, Bundesstaat oder Bundesland angezeigt. Weitere Informationen wie Geschäftszeiten, Sternchenbewertungen oder andere können hinzukommen.

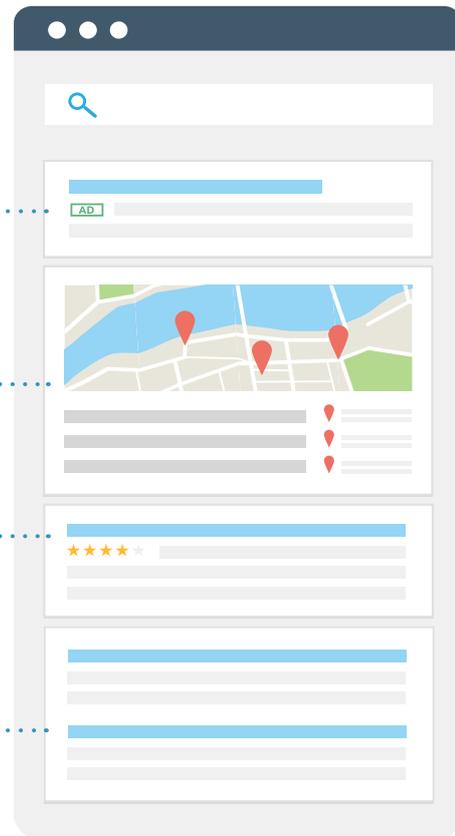


### Warum alle Elemente der Suchergebnisseiten parallel optimieren?

Indem Sie Local SEO zum Teil Ihres Suchmarketing-Mixes machen und alle verfügbaren Elemente für sich arbeiten lassen, können Sie in der Summe zu einer Dominanz der Suchergebnisse gelangen.

Local Pack

AdWords



SEO Konventionelles SEO

SEO mit lokalen Bestandteilen

# Wie Sie ins Local Pack gelangen

---

In den Local Packs stellt Google Unternehmen und Geschäfte vor, nicht Websites. Um in einem Local Pack zu erscheinen, benötigt Ihr Geschäft daher ein Profil in Google My Business.

Viele SEO-Profis nehmen außerdem an, dass Sie unter den Top-10-Ergebnissen für Ihre ortsbezogene Suchanfrage sein sollten, um ins Local Pack zu gelangen. Das erfordert eine gute Optimierung Ihrer Website.

## Folgende Schritte sollten Sie durchlaufen, um Ihr Geschäft ins Local Pack zu bringen:

### 1. PROFIL IN GOOGLE MY BUSINESS

**Google-My-Business-Profil erstellen**

**Inhaberschaft des Google-My-Business-Profiles beanspruchen**

**Profil bestätigen**

**Profil optimieren**

- Geschäftsinformationen ausfüllen
- Die richtige Kategorie auswählen
- Bilder hinzufügen

**Erwähnungen verwalten**

### 2. WEBSITE-OPTIMIERUNG

**Webseiten-Audit durchführen**

**Für lokale Sichtbarkeit optimieren**

- NAP-Daten in die Website aufnehmen
- Lokal relevante Backlinks aufbauen
- Markup für strukturierte Daten hinzufügen

### 3. ERGEBNISSE ÜBERWACHEN

Kampagne zur Überwachung Ihrer Rankings erstellen

Landesweites Tracking für Keywords mit Lokalbezug erstellen

Lokale Gebiete und verschiedene Gerätetypen hinzufügen

Lokales Tracking für Keywords ohne Lokalbezug erstellen

## 2. KAPITEL

# ACCOUNT BEI GOOGLE MY BUSINESS ERSTELLEN UND OPTIMIEREN



# Eintrag in Google My Business erstellen, beanspruchen und bestätigen

## Zeit für Brot

4,6 ★★★★★ 714 Google-Rezensionen  
Bäckerei

Website

Routenplaner

Adresse: Alte Schönhauser Str. 4, 10119 Berlin, Deutschland

Öffnungszeiten: Heute geöffnet · 07:30–20:00

Telefon: +49 30 28046780

Änderung vorschlagen · Bist du der Inhaber des Unternehmens?

### Stoßzeiten

donnerstags

Live: Mehr Besucher als gewöhnlich



### Besuch planen

In der Regel verbringen Menschen hier 15 bis 45 min

Ihre Google-My-Business-Seite erscheint im Local Pack der organischen Suchergebnisse sowie in Google Maps. Ohne Google-My-Business-Seite hat Ihr Geschäft keine Präsenz im Local Pack oder in den Local-Maps-Suchergebnissen.

Prüfen Sie zunächst, ob ein Eintrag für Ihr Geschäft existiert, den Sie noch nicht beansprucht haben. Wenn das der Fall ist, beanspruchen und verifizieren Sie ihn.

Wenn Sie noch nicht über einen Eintrag in Google Business verfügen, erstellen Sie ihn – <https://www.google.com/business/>

Als Unternehmen mit bestimmtem Einzugsgebiet ohne physisches Geschäft wählen Sie "Ich stelle Waren und Dienstleistungen am Kundenstandort bereit". Im nächsten Schritt wählen Sie Ihr Einzugsgebiet oder legen einen Radius fest.

Stellen Sie in beiden Fällen sicher, dass Ihre NAP-Daten (Name, Adresse und Telefonnummer des Geschäfts) korrekt sind. Dies ist für die lokale Optimierung wesentlich.



**TOP-TIPP:** Verwenden Sie denselben Google-Account, in dem sich Ihr Google Analytics und Ihre Google Search Console befinden.

## Eintrag optimieren



Sobald Ihr Geschäftseintrag verifiziert ist, können Sie ihn optimieren und anfangen, von seinen Vorteilen zu profitieren.

Melden Sie sich hier an, um Ihren Eintrag zu verwalten: <https://business.google.com/manage/>

Wählen Sie Ihr Geschäft aus und klicken Sie auf **Standort verwalten**.

## Geschäftsinformationen aktualisieren

Eine ordentliche und detaillierte Geschäftsbeschreibung ist der Schlüssel, um die relevante Nutzer-Nachfrage aufzufangen.



**TOP-TIPP:** Überspringen Sie keine Felder. Bringen Sie so viele wertvolle Informationen über Ihr Geschäft unter wie möglich. Gehen Sie gründlich vor. Fehlerhaft angegebene Geschäftszeiten oder Bilder, die nicht von Ihrem Geschäft stammen, können Ihren Ruf beschädigen.

### Kategorie.

Überspringen Sie keine Felder. Bringen Sie so viele wertvolle Informationen über Ihr Geschäft unter wie möglich. Gehen Sie gründlich vor. Fehlerhaft angegebene Geschäftszeiten oder Bilder, die nicht von Ihrem Geschäft stammen, können Ihren Ruf beschädigen.

### URLs.

Verfeinern Sie die Kategorie, wenn möglich. Sie ist eine der wichtigsten Elemente Ihrer Geschäftsbeschreibung und ermöglicht Google, Ihrem Angebot die richtigen Suchanfragen zuzuordnen.

### Geschäftszeiten.

Fügen Sie Ihre Geschäfts- bzw. Öffnungszeiten hinzu und stellen Sie sicher, dass die Angaben mit denen auf Ihrer Website übereinstimmen. Achten Sie besonders auf korrekte Angaben, wenn Sie über mehrere Standorte mit verschiedenen Öffnungszeiten verfügen.

### Rezensionen.

Lesen und beantworten Sie Ihre Rezensionen. Manche Unternehmen haben spezielle Verfahren und Abläufe zur Behandlung von Rezensionen eingeführt, um ihre Online-Reputation bestmöglich zu kontrollieren.

**Das ist nur ein kleiner Ausschnitt.**

Die volle Version können Sie hier downloaden:

<https://de.semrush.com/ebooks/wie-sie-ins-locapack-gelangen-semrush-leitfaden/>