

Local-SEO- Checkliste

Praktische Checkliste für bessere lokale Sichtbarkeit bei Google



Local-SEO-Checkliste

Mit dieser Checkliste prüfen Sie, ob Ihr Unternehmen für lokale Suchanfragen klar, konsistent und vertrauenswürdig aufgestellt ist - im Google Unternehmensprofil, auf der Website und auf weiteren relevanten Plattformen.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Grundlage und Verantwortlichkeiten

- ☐ Das Google Unternehmensprofil ist bestätigt und wird über ein dauerhaftes Unternehmenskonto verwaltet.
- ☐ Inhaber- und Managerrechte sind aktuell; Passwörter werden nicht zwischen mehreren Personen geteilt.
- ☐ Unternehmensname, Geschäftsmodell und Standort erfüllen die Richtlinien des Plattformanbieters.
- ☐ Es ist geklärt, ob eine sichtbare Geschäftsadresse oder ein Einzugsgebiet verwendet werden soll.
- ☐ Eine verantwortliche Person prüft Profiländerungen, Rückfragen und neue Bewertungen regelmäßig.
- ☐ Zugänge, Wiederherstellungsdaten und Eigentumsverhältnisse sind intern dokumentiert.

02 Profil vollständig ausfüllen

- ☐ Die primäre Kategorie beschreibt die wichtigste tatsächliche Leistung möglichst präzise.
- ☐ Sinnvolle weitere Kategorien ergänzen das Angebot, ohne irrelevante Leistungen vorzutäuschen.
- ☐ Adresse oder Einzugsgebiet, Telefonnummer, Website und Öffnungszeiten sind vollständig und korrekt.
- ☐ Abweichende Feiertags- oder Sonderöffnungszeiten werden rechtzeitig gepflegt.
- ☐ Leistungen, Produkte, Attribute und Unternehmensbeschreibung sind verständlich und aktuell.
- ☐ Termin-, Anfrage- oder Bestelllinks führen direkt zum passenden nächsten Schritt.

03 Lokale Website-Signale

- ☐ Name, Adresse und Telefonnummer stimmen mit dem Unternehmensprofil überein.
- ☐ Standort und Einzugsgebiet werden auf der Website natürlich und nachvollziehbar erklärt.
- ☐ Kontaktseite und Footer enthalten vollständige Unternehmens- und Standortdaten.
- ☐ Leistungsseiten verbinden das konkrete Angebot mit dem tatsächlich bedienten Gebiet.
- ☐ Anfahrt, Parkmöglichkeiten oder Vor-Ort-Besonderheiten werden bei Bedarf beschrieben.
- ☐ LocalBusiness- oder Organization-Strukturdaten sind korrekt eingebunden und technisch geprüft.

04 Lokale Seiten und Inhalte

- ☐ Für wichtige Standorte existieren nur dann eigene Seiten, wenn echte lokale Informationen vorhanden sind.
- ☐ Standortseiten unterscheiden sich deutlich und bestehen nicht aus austauschbaren Textvarianten.
- ☐ Regionale Referenzen, Projekte, Kundenstimmen oder Besonderheiten belegen die tatsächliche Nähe.
- ☐ Lokale Suchbegriffe werden verständlich eingesetzt und nicht unnatürlich wiederholt.

- ☐ FAQ beantworten konkrete Fragen zu Anfahrt, Einsatzgebiet, Verfügbarkeit oder Ablauf vor Ort.
- ☐ Interne Links verbinden Standort-, Leistungs-, Referenz- und Kontaktseiten sinnvoll miteinander.

05 Verzeichnisse und Datenkonsistenz

- ☐ Wichtige Branchen- und Regionalverzeichnisse enthalten dieselben aktuellen Stammdaten.
- ☐ Alte Adressen, frühere Telefonnummern und doppelte Unternehmenseinträge wurden bereinigt.
- ☐ Einträge werden nach Relevanz und Seriosität ausgewählt statt möglichst breit gestreut.
- ☐ Firmenname und Kategorien werden nicht künstlich mit Suchbegriffen erweitert.
- ☐ Links aus Verbänden, Netzwerken, Lieferanten- oder Partnerseiten sind sachlich korrekt.
- ☐ Änderungen an Adresse, Öffnungszeiten oder Kontaktdaten werden auf allen Plattformen nachgezogen.

06 Bewertungen und Reputation

- ☐ Zufriedene Kunden werden systematisch und ohne Gegenleistung um ehrliche Bewertungen gebeten.
- ☐ Der Bewertungslink ist leicht erreichbar, zum Beispiel per E-Mail, QR-Code oder Nachfassprozess.
- ☐ Neue Bewertungen werden zeitnah, individuell und sachlich beantwortet.
- ☐ Kritik wird nicht defensiv diskutiert, sondern mit einem konkreten Lösungsweg beantwortet.
- ☐ Verdächtige oder richtlinienwidrige Bewertungen werden dokumentiert und über den vorgesehenen Weg gemeldet.
- ☐ Aussagen aus Bewertungen fließen in Website, Service und häufige Fragen ein.

07 Fotos, Beiträge und Aktualität

- ☐ Profilbilder zeigen reale Personen, Räume, Fahrzeuge, Produkte oder Arbeitssituationen.
- ☐ Logo, Titelbild und wichtige Motive sind hochwertig, aktuell und eindeutig zugeordnet.
- ☐ Neue Fotos ergänzen das Profil regelmäßig, ohne beliebige oder doppelte Motive zu veröffentlichen.
- ☐ Angebote, Neuigkeiten und Veranstaltungen werden nur veröffentlicht, wenn sie relevant und aktuell sind.
- ☐ Falsche Nutzerfotos oder unpassende Inhalte werden geprüft und bei Verstößen gemeldet.
- ☐ Profilinhalte stimmen mit Website, Social Media und tatsächlichem Angebot überein.

08 Messung und laufende Pflege

- ☐ Anrufe, Website-Klicks, Routenanfragen und qualifizierte Kontakte werden sinnvoll ausgewertet.
- ☐ UTM-Parameter unterscheiden Profilzugriffe in der Webanalyse von anderen Quellen.
- ☐ Rankings werden aus mehreren Orten und nicht nur vom eigenen Standort aus beurteilt.
- ☐ Sichtbarkeit wird nicht isoliert betrachtet, sondern mit Anfragequalität und Umsatz verbunden.
- ☐ Profil, lokale Seiten, Bewertungen und Verzeichnisse werden mindestens quartalsweise geprüft.
- ☐ Es wird nicht mit garantierten Positionen gerechnet, da Entfernung und Wettbewerb nicht vollständig steuerbar sind.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Lokale Sichtbarkeit entsteht aus Konsistenz

Ein vollständig gepflegtes Profil allein reicht nicht. Entscheidend ist das stimmige Zusammenspiel aus tatsächlicher Nähe, relevanten Leistungen, korrekten Unternehmensdaten, glaubwürdigen Bewertungen und einer überzeugenden Website.

Diese Checkliste ist eine praktische Orientierung. Plattformfunktionen und Richtlinien können sich ändern; prüfen Sie bei Zweifeln die aktuellen offiziellen Vorgaben.

Orientierung und weiterführende Quellen

Google: Tipps zur Verbesserung des lokalen Rankings

Google: Unternehmensprofil bearbeiten

Google Search Central: LocalBusiness-Strukturdaten

Google: Kundenbewertungen verwalten