



SEO für Dienstleister. Sichtbar werden und Kunden gewinnen

Herausgegeben von: Tino Riethausen

HSH Business. Die Community für lokale Dienstleister 

www.hshbusiness.de

Stand: 01.07.2025

Strukturvorschlag (Kapitelübersicht):

1. Was ist SEO und warum brauchst du es?
2. So funktioniert Google (einfach erklärt)
3. Die 3 Säulen des Erfolgs: Technik, Inhalt, Vertrauen
4. Keyword-Recherche für Anfänger
5. Texte schreiben, die Google und Kunden lieben
6. SEO für lokale Dienstleister (Google Maps, Standort & Co.)
7. Bilder, Ladezeit & mobile Optimierung
8. SEO-Tools & wie du sie nutzt (kostenlos & einfach)
9. Best Practices: Beispiele, Fehler, Tipps
10. Bonus: SEO-Checkliste + Textvorlagen

Einleitung

Du willst, dass deine Webseite bei Google gefunden wird? Am besten von Menschen, die in deiner Stadt genau das suchen, was du anbietest?

Dann ist SEO (Suchmaschinenoptimierung) genau das Richtige für dich.

Mit SEO kannst du dafür sorgen, dass deine Webseite **rund um die Uhr neue Kunden anzieht, kostenlos, dauerhaft und ohne Werbung.**

Und das Beste: Du brauchst kein Technik-Genie zu sein. Wenn du weißt, worauf es ankommt, kannst du **vieles selbst machen** Schritt für Schritt.

In diesem Leitfaden lernst du:

- Was SEO eigentlich ist (und was nicht)
- Wie Google denkt
- Wie du deine Webseite so aufbaust, dass Kunden dich finden
- Wie du Texte schreibst, die gefunden UND gelesen werden
- Wie du **lokal in deiner Stadt sichtbar wirst**

Mit praktischen Beispielen, Vorlagen und verständlich erklärt, speziell für **lokale Dienstleister, Selbstständige und Handwerker.**

Kapitel 1: Was ist SEO und warum brauchst du es?

SEO kurz erklärt:

SEO steht für „Search Engine Optimization“, also Suchmaschinenoptimierung.

Das bedeutet: Du passt deine Webseite so an, dass Google erkennt, worum es geht und dich bei den passenden Suchanfragen weiter oben anzeigt.

Wenn jemand „Rasen mähen Braunschweig“ googelt, zeigt Google idealerweise **deine Webseite ganz oben an.**

Warum ist SEO so wichtig?

Weil Kunden heute anders suchen als früher.

Früher: Telefonbuch, Empfehlungen, Anzeigenblätter

Heute: Google, Google, Google.

89 % aller Kunden googeln, bevor sie einen Dienstleister kontaktieren.

60–70 % klicken auf die ersten 3 Ergebnisse.

Wenn du dort nicht auftauchst, **wirst du nicht mal gesehen.**

Unterschied zu Werbung:

SEO (organisch)

Werbung (z. B. Google Ads)

Kostenlos kein Klick kostet Geld Kosten pro Klick (5–15 € üblich)

Langfristig wirksam

Kurzfristiger Effekt

Vertrauen durch Platzierung

Werbehinweis kann abschrecken

Basiert auf Inhalt & Qualität

Basiert auf Budget & Zielgruppe

Mit SEO baust du ein stabiles Fundament. Werbung ist das i-Tüpfelchen aber nicht die Basis.

Was du mit SEO erreichen kannst:

- **Mehr Sichtbarkeit in deiner Stadt / Region**
 - **Mehr Anfragen direkt über deine Webseite oder Google Profil**
 - **Weniger Abhängigkeit von Empfehlungen oder Social Media**
 - **Langfristig neue Kunden, ohne ständig neue Werbung zu schalten**
-

Für wen ist SEO geeignet?

Für dich, wenn du:

- selbstständig bist (Handwerk, Beauty, Reinigung etc.)
 - regional oder lokal arbeitest
 - eine Website hast oder aufbauen willst
 - organisch wachsen willst ohne dauerhafte Werbekosten
-

Was SEO NICHT ist:

- Kein Trick, der dich über Nacht auf Platz 1 bringt
- Keine Abkürzung durch „Hacks“
- Kein Einmal-Ding, SEO ist ein Prozess

SEO ist **Verständnis + Strategie + Durchhalten.**

Praxisbeispiel:

Laura, mobile Fußpflegerin aus Bielefeld, hat eine einfache Onepager-Website. Sie hat für jede Leistung eine eigene Unterseite mit dem Ort im Titel (z. B. „Nagelpflege in Bielefeld“).

Sie hat 10 Google-Bewertungen, einen gepflegten Google-Eintrag und regelmäßig Beiträge mit Bildern.

Ergebnis: Platz 1 bei „mobile Fußpflege Bielefeld“.
80 % ihrer Neukunden kommen **über Google ohne Werbung**.

 **SEO funktioniert. Du musst nur verstehen, wie Google denkt und dann liefern, was gesucht wird.**

Kapitel 2: Wie funktioniert Google?

Einfach erklärt damit du weißt, wie du ganz nach oben kommst

Wozu ist das Kapitel wichtig?

Du brauchst keine technische Ausbildung, um bei Google erfolgreich zu werden. Aber du solltest verstehen, **wie Google denkt**, wenn du willst, dass deine Webseite überhaupt eine Chance hat.

Denn:

SEO bedeutet in Wahrheit nichts anderes als **Google helfen, deine Seite richtig einzuordnen und weiter oben zu zeigen**.

Was will Google eigentlich?

Ganz einfach: **Die beste Antwort auf die Suchanfrage**.

Wenn jemand „Fenster putzen Hannover“ eingibt, dann will Google:

- eine Seite, die **wirklich diese Leistung anbietet**
 - am besten in **Hannover oder Umgebung**
 - die **seriös aussieht**, schnell lädt und verständlich erklärt
 - die **von anderen Seiten empfohlen wird** (z. B. durch Links oder Bewertungen)
-

So arbeitet Google, in 3 Schritten:

1. Crawling

Google schickt sogenannte **Crawler** (auch „Googlebot“ genannt) durchs Internet. Diese Programme besuchen Millionen Webseiten und „lesen“, was dort steht.

Wichtig: Wenn deine Seite technisch fehlerhaft ist oder gesperrt wurde (z. B. durch falsche Einstellungen), **kann Google sie nicht crawlen** und du wirst nicht gelistet.

2. Indexierung

Wenn der Crawler deine Seite „verstanden“ hat, wird sie in den **Index aufgenommen** das ist wie ein gigantisches Verzeichnis aller Seiten, die Google kennt.

Seiten ohne relevante Inhalte oder mit doppeltem Inhalt (z. B. Kopien anderer Seiten) werden oft **nicht indexiert**.

3. Ranking

Wenn ein Nutzer etwas sucht, **durchsucht Google diesen Index** und zeigt die aus seiner Sicht besten Ergebnisse an sortiert nach Relevanz, Qualität und Vertrauenswürdigkeit.

Was beeinflusst dein Ranking?

Google schaut auf über 200 Faktoren. Die wichtigsten:

- **Keywords:** Passt der Inhalt zur Suchanfrage?
 - **Nutzererfahrung:** Lädt die Seite schnell? Ist sie mobilfreundlich?
 - **Vertrauen:** Gibt es Bewertungen, Backlinks, ein Impressum?
 - **Aktualität:** Wurde die Seite kürzlich gepflegt?
 - **Technik:** Funktioniert die Seite technisch einwandfrei?
-

Beispiel:

Suchanfrage: „mobile Fußpflege Hannover“

Was Google bevorzugt:

- Webseite mit Titel: „Mobile Fußpflege in Hannover sanft & professionell“
- Text: „Wir kommen zu Ihnen nach Hause in Hannover, Laatzen, Linden & Umgebung...“
- Telefonnummer klickbar auf dem Handy
- Google Unternehmensprofil gepflegt
- Bewertungen vorhanden

Was Google NICHT bevorzugt:

- ✘ Seite ohne Ortsbezug
 - ✘ Allgemeiner Titel wie „Startseite“
 - ✘ Kein Impressum
 - ✘ Keine Bilder oder überladene Seite
 - ✘ Seite funktioniert nicht auf dem Handy
-

🔗 Tools, mit denen du prüfen kannst, wie Google deine Seite sieht:

- **Google Search Console**
 - Zeigt dir, ob deine Seite im Index ist, wie viele Seiten erkannt wurden, wo es Fehler gibt
 - <https://search.google.com/search-console>
 - **Site-Abfrage:**
 - In Google eingeben:
site:deinename.de
 - So siehst du, welche Seiten von dir indexiert sind
-

💡 SEO heißt also:

Du baust deine Webseite so auf, dass Google **sofort erkennt**, worum es geht und **gern deine Inhalte zeigt**, weil sie nützlich, lokal relevant und technisch solide sind.

📄 Zusammenfassung Kapitel 2:

- Google will dem Nutzer die beste Antwort liefern
- Deine Seite muss auffindbar, lesbar und relevant sein
- SEO hilft Google zu verstehen: „*Worum geht es hier und ist es besser als die anderen?*“

Wenn du das verinnerlichst, hast du SEO schon zur Hälfte verstanden.

Kapitel 3: Die 3 Säulen des SEO-Erfolgs

Technik, Inhalt & Vertrauen, so gelingt dir langfristige Sichtbarkeit

Warum 3 Säulen?

Wenn du bei Google ganz oben stehen willst, musst du verstehen:

Google bewertet deine Seite nicht nur danach, **was draufsteht**, sondern auch **wie sie funktioniert** und **ob andere dir vertrauen**.

Diese drei Faktoren nennt man die **drei Säulen der Suchmaschinenoptimierung**:

1. **Technik** – Kann Google deine Seite überhaupt lesen und anzeigen?
2. **Inhalt** – Beantwortet deine Seite die Fragen deiner Kunden?
3. **Vertrauen** – Wirkt deine Seite glaubwürdig & professionell?

Alle drei Bereiche sollten mindestens solide sein sonst verlierst du in der Bewertung. Lass uns das Schritt für Schritt durchgehen.

Säule 1: Technik – die Grundlage

Damit Google deine Webseite überhaupt „versteht“, muss sie technisch sauber sein.

Wichtige technische Faktoren:

- **Mobilfreundlichkeit**

70 % der Nutzer googeln mit dem Smartphone.

→ Deine Seite muss mobil gut aussehen & funktionieren.

Prüfen: <https://search.google.com/test/mobile-friendly>

- **Ladezeit**

Niemand wartet 5 Sekunden auf deine Seite.

→ Bilder komprimieren, schlanker Aufbau, keine unnötigen Plugins

Prüfen: <https://pagespeed.web.dev>

- **SSL-Zertifikat (https://)**

Google zeigt unsichere Seiten (ohne „s“) weiter unten an.

→ Stelle sicher, dass deine Seite sicher ist.

- **Saubere URLs**

Lieber www.gartenservice-meier.de/heckenschnitt

als www.deineseite.de/page?id=23&ref=garden123

- **Keine Fehlerseiten (404)**

→ Prüfe regelmäßig, ob alle Seiten erreichbar sind

Praxisbeispiel:

Tobias, Hausmeisterservice aus Kassel, hatte eine alte Seite ohne SSL und mit langen Ladezeiten.

Nach der Umstellung auf ein modernes, responsives Design mit HTTPS stieg er innerhalb von 4 Wochen von Platz 12 auf Platz 4 bei „Hausmeister Kassel“.

Säule 2: Inhalt, der Schlüssel zum Ranking

Google lebt von guten Inhalten.

Wenn deine Webseite keine echten Fragen beantwortet, wird sie nicht gefunden.

Was gehört zu gutem Inhalt?

- **Eine klare Hauptüberschrift (H1)**
z. B. „Gartenpflege in Augsburg, sauber, zuverlässig, günstig“
- **Unterüberschriften (H2)** mit Keywords
z. B. „Unsere Leistungen: Rasenmähen, Hecke schneiden, Entsorgung“
- **Fließtext**, der Probleme deiner Zielgruppe aufgreift
z. B.

„Sie haben keine Zeit für Gartenarbeit? Wir übernehmen das, flexibel & zuverlässig, auch kurzfristig.“

- **Ortsbezug herstellen**

Nenne die Stadt, den Ortsteil, Umkreis, z. B.

„Wir arbeiten in ganz Wolfsburg, auch in Vorsfelde, Fallersleben und Sandkamp.“

- **Call-to-Action (Handlungsaufforderung)**

z. B. „Jetzt WhatsApp-Nachricht senden & kostenloses Angebot erhalten.“

Säule 3: Vertrauen, Google fragt sich: Bist du echt?

SEO ist kein reines „Texte-Spiel“. Google will sicherstellen, dass **echte Menschen hinter der Seite stehen**.

Wichtige Vertrauensfaktoren:

- **Impressum & Datenschutzerklärung vorhanden**
→ Pflicht in Deutschland, auch für Sichtbarkeit wichtig
- **Google Business Profil verknüpft & gepflegt**
→ Einheitlicher Firmenname, gleiche Adresse wie auf der Website
- **Bewertungen auf Google, Facebook, etc.**
→ Schon 5–10 echte Bewertungen helfen enorm
- **Backlinks (Verlinkungen von anderen Seiten)**
z. B. durch Branchenverzeichnisse wie:

Das Örtliche, Gelbe Seiten, Wer liefert was, ortsdienst.de, etc.

- **Social Media Profile verlinkt**
z. B. Facebook, Instagram, LinkedIn als Vertrauenssignal
-

Beispieltext zur Vertrauensbildung:

„Seit über 10 Jahren helfen wir Hauseigentümern in der Region Göttingen bei der Gartenpflege. Über 120 zufriedene Kunden sprechen für sich. Sie finden uns auch bei Google Maps und Facebook.“

Fazit Kapitel 3:

Google bewertet nicht nur deine Texte, sondern die **ganze Webseite**:

- Technik → Funktioniert sie gut?

- Inhalt → Wird das Richtige gesagt?
- Vertrauen → Kann man dir glauben?

Wenn du alle drei Bereiche im Blick hast, legst du den perfekten Grundstein für ein starkes Google-Ranking.

Kapitel 4: Keyword-Recherche für Anfänger. Schritt für Schritt

Finde die richtigen Begriffe, um bei Google gefunden zu werden

Warum Keywords so wichtig sind

Keywords sind die **Wörter und Wortgruppen**, die deine Kunden bei Google eingeben, wenn sie nach einer Dienstleistung suchen.

Beispiele:

- „Rasen mähen in Hannover“
- „mobile Fußpflege Leipzig“
- „Fenster putzen Preis Braunschweig“

Wenn du auf deiner Webseite **nicht die Begriffe verwendest**, die deine Zielgruppe wirklich googelt, wirst du auch **nicht gefunden** egal wie gut deine Leistung ist.

Häufiger Fehler:

Viele Selbstständige schreiben auf ihrer Webseite Dinge wie:

„Wir bieten professionelle Grünflächenpflege im privaten und gewerblichen Umfeld.“

Aber kein Mensch googelt das so.

Die Leute suchen:

„Hecke schneiden Braunschweig“

„Rasen mähen Gartenservice“

 **Du musst schreiben, was gesucht wird nicht, was du schön findest.**

Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Keyword-Recherche

Schritt 1: Starte mit Google selbst

Gib einen Begriff in die Google-Suche ein, z. B. „Hecke schneiden Braunschweig“
Google zeigt dir automatisch:

- **Vervollständigungen beim Tippen**
→ Das sind Begriffe, die viele Nutzer suchen
- **„Ähnliche Suchanfragen“** ganz unten
→ Hier findest du weitere Keyword-Ideen

🔗 **Tipp:** Wiederhole das für alle deine Leistungen + Städte/Ortsteile

Schritt 2: Verwende kostenlose Tools

Diese Tools zeigen dir, **was oft gesucht wird** und wie stark die Konkurrenz ist:

Tool	Funktion	Link
answerthepublic.com	Zeigt Fragen rund um ein Thema	https://answerthepublic.com
keywordtool.io	Keyword-Vorschläge + Ortsbezug	https://keywordtool.io
ubersuggest.com	Suchvolumen + SEO-Schwierigkeit	https://neilpatel.com/ubersuggest

Beispiel in ubersuggest:

Gib „Rasen mähen Berlin“ ein → Ergebnis: 720 Suchanfragen/Monat, geringe Schwierigkeit

Schritt 3: Sammle passende Begriffe

Erstelle eine einfache Liste, z. B. in Excel oder auf Papier.

Gliedere nach:

1. **Leistung**
z. B. Rasen mähen, Hecke schneiden, Laub entfernen, Fenster putzen
2. **Ort**
z. B. Braunschweig, Berlin Lichtenberg, Hannover Südstadt

3. **Problem oder Wunsch**

z. B. günstig, schnell, Termin, Notdienst, professionell

Beispiel-Liste:

- „Hecke schneiden Braunschweig“
 - „Rasen mähen Hannover“
 - „Gartenpflege günstig Wolfsburg“
 - „Fenster putzen in Magdeburg Termin“
 - „mobile Fußpflege für Senioren in Leipzig“
-

Schritt 4: Lege pro Seite ein Haupt-Keyword fest

Wichtig: **Pro Unterseite deiner Webseite solltest du EIN zentrales Keyword nutzen.**
Sonst verwirrst du Google.

Beispiel:

- Startseite: „Gartenpflege in Göttingen“
- Seite 1: „Hecke schneiden Göttingen“
- Seite 2: „Rasen mähen Göttingen“
- Seite 3: „Laub entfernen in Göttingen“

👉 So erkennt Google genau, wofür es auf jeder Seite geht.

Schritt 5: Baue das Keyword richtig ein

Verwende dein Haupt-Keyword an diesen Stellen:

- **In der URL:**
www.gartenpflege-schmidt.de/hecke-schneiden-goettingen
- **In der Hauptüberschrift (H1):**
„Hecke schneiden in Göttingen – zuverlässig & sauber“

- **Im ersten Absatz:**
„Wir schneiden Ihre Hecke in Göttingen, schnell, sauber, mit Entsorgung.“
- **In Zwischenüberschriften (H2):**
„Hecke zu hoch? So helfen wir in Göttingen“
- **In Bildnamen:**
heckenschnitt-goettingen-vorher-nachher.jpg
- **In ALT-Tags der Bilder:**
„Heckenschnitt in Göttingen mit Profi-Tools“

➡ Aber: **Nicht übertreiben!**

2–3 × pro Text reicht sonst wirkt es unnatürlich („Keyword Stuffing“).

Bonus: Was du vermeiden solltest

- **✗** Allgemeine Begriffe wie „Startseite“, „Service“, „Lösungen“
 - **✗** Gleiche Keywords auf allen Seiten
 - **✗** Zu viele Keywords auf einer Seite
 - **✗** Keywords, die niemand googelt (z. B. Fachbegriffe)
-

Zusammenfassung Kapitel 4:

- Keywords sind die Brücke zwischen dem, was du anbietest und dem, was Menschen suchen
- Schreibe deine Seiten so, dass Google & Kunden verstehen: *Hier bist du richtig!*
- Mit der richtigen Keyword-Recherche wirst du sichtbar während andere nur „Dienstleistungen“ schreiben

Kapitel 5: Texte schreiben, die Google und Kunden lieben

So formulierst du Inhalte, die gefunden werden und Vertrauen aufbauen

Warum Texte das Herzstück deiner Website sind

Deine Texte entscheiden darüber:

- ob Google versteht, worum es bei dir geht
- ob Menschen dir vertrauen und Kontakt aufnehmen
- ob du bei relevanten Suchanfragen auf Seite 1 erscheinst oder auf Seite 10

Viele Selbstständige unterschätzen das. Sie kopieren Texte von anderen, schreiben zu wenig oder verwenden keine klare Sprache.

 Wenn du weißt, **wie ein guter SEO-Text aufgebaut ist**, hast du einen riesigen Vorteil gegenüber der Konkurrenz.

Der Aufbau eines guten SEO-Textes

Ein guter Text muss **zwei Zielgruppen gleichzeitig überzeugen**:

1. **Google** – durch Struktur, Keywords und Relevanz
2. **Menschen** – durch Vertrauen, Klarheit und Problemlösung

Hier ist der ideale Aufbau:

1. Eine starke Hauptüberschrift (H1)

Die **H1 ist die wichtigste Überschrift** auf jeder Seite. Sie sagt Google: „*Darum geht es hier.*“

Beispiele:

- „Gartenpflege in Wolfsburg zuverlässig & günstig“
- „mobile Fußpflege in Leipzig direkt bei Ihnen zu Hause“
- „Hecke schneiden in Hannover mit Entsorgung & Terminservice“

 **Tipp:**

Nutze das Haupt-Keyword direkt in der H1.

2. Ein einleitender Absatz mit dem Problem

Sprich das Problem deiner Zielgruppe direkt an.

„Sie haben keine Zeit oder Kraft, den Garten selbst zu pflegen? Kein Problem wir übernehmen das für Sie. Schnell, sauber und zum Festpreis.“

So entsteht sofort Vertrauen, weil der Leser sich verstanden fühlt.

3. Zwischenüberschriften (H2) mit Keywords

Gliedere deinen Text in sinnvolle Abschnitte mit **klaren H2-Überschriften**.

Beispiele:

- „Unsere Leistungen im Überblick“
- „Warum wir für [Ort] die richtige Wahl sind“
- „So funktioniert unser Service“
- „Jetzt kostenloses Angebot anfordern“

 **Tipp:**

Wenn möglich, verwende auch hier wieder Varianten deines Keywords.

4. Fließtext mit hilfreichen Infos

Verwende:

- **einfache, klare Sprache**
- **kurze Absätze** (max. 4–5 Zeilen)
- **Bulletpoints**, um Leistungen oder Vorteile aufzulisten
- **aktive Sprache** statt Floskeln

Beispieltext:

„Wir kommen zu Ihnen nach Hause in ganz Wolfsburg und Umgebung. Ob Hecke schneiden, Rasen mähen oder Laub entfernen: Wir bringen das nötige Werkzeug mit und kümmern uns um alles. Auf Wunsch übernehmen wir auch die Entsorgung des Grünschnitts.“

5. Call-to-Action (Handlungsaufforderung)

Sage dem Besucher ganz klar, was er tun soll, z. B.:

- „Jetzt Angebot anfordern“
- „WhatsApp-Nachricht schreiben“
- „Termin online vereinbaren“
- „Rückruf anfordern“

Tipp:

Füge einen Button oder einen gut sichtbaren Kontaktblock unter den Text.

Keyword-Einsatz im Text aber natürlich!

Das Keyword gehört in den Text aber nur dort, wo es sinnvoll ist.

- ✓ In die H1
- ✓ In den ersten Absatz
- ✓ In 1–2 Zwischenüberschriften
- ✓ 1–2 Mal im Fließtext
- ✓ In den ALT-Text eines Bildes
- ✓ In die URL der Seite

Vermeide:

- ✗ „Keyword-Stuffing“ das unnötige Wiederholen des gleichen Begriffs
 - ✗ leere Phrasen wie „Top Service fair & kompetent“ ohne Inhalt
 - ✗ Aufzählungen ohne Erklärung
-

Beispielstruktur für eine Dienstleistungsseite

H1: Gartenpflege in Leipzig zuverlässig, schnell & sauber

Einleitung:

„Ihr Garten ist verwildert oder Sie schaffen es nicht mehr selbst? Kein Problem, wir helfen.“

H2: Unsere Leistungen

- Rasen mähen
- Hecke schneiden
- Laub entfernen

H2: Warum wir?

- 12 Jahre Erfahrung
- Faire Preise
- Termine auch kurzfristig

H2: Kontakt

„Jetzt über WhatsApp schreiben oder Formular ausfüllen wir melden uns schnell.“

Bonus-Tipps für bessere Texte

- Nutze **echte Kundenfragen** als Ausgangspunkt für deine Inhalte
 - Schreibe so, als würdest du deinem Kunden persönlich etwas erklären
 - Verwende regionale Begriffe auch Stadtteile, z. B. „Leipzig Südvorstadt“
 - Füge **Erfahrungen, Garantien oder Fotos** in den Text ein
-

Häufige Fehler beim Schreiben

- Texte von anderen kopieren → schlecht für SEO & rechtlich riskant
- Keine klare Struktur → Google & Leser verlieren den Überblick
- Nur 3 Sätze auf der Seite → zu wenig Inhalt = keine Chance auf Seite 1

- Keyword zu oft wiederholt → wirkt unnatürlich & spammy
 - Keine Ortsnennung → du wirst nicht lokal zugeordnet
-

Zusammenfassung Kapitel 5:

- Deine Texte müssen Google UND Menschen überzeugen
- Struktur, Klarheit & Relevanz sind wichtiger als Wortanzahl
- Wer hilfreiche, regionale Texte schreibt, gewinnt Vertrauen und Kunden

Kapitel 6: Lokale SEO. Wie du in deiner Stadt ganz oben erscheinst

So wirst du als Dienstleister in deiner Region sichtbar

📍 Warum lokale SEO so entscheidend ist

Wenn jemand „Gartenpflege“, „Reinigung“ oder „Fußpflege“ googelt, dann sucht er **nicht deutschlandweit**, sondern **in seiner Stadt**.

Beispiele:

- „Fenster putzen Hannover“
- „mobile Fußpflege in Bielefeld“
- „Hecke schneiden Braunschweig“

Über 40 % aller Google-Suchanfragen haben einen **lokalen Bezug**.
Und lokale Dienstleister haben hier einen riesigen Vorteil, **wenn sie wissen, wie**.

🔍 Was passiert bei einer lokalen Suche?

Gib mal z. B. „Rasen mähen Wolfsburg“ bei Google ein. Du siehst:

1. Eine **Google-Map mit 3–4 Firmen** (auch „Local Pack“ genannt)
2. Darunter die **normalen Webseiten-Ergebnisse** (organische Treffer)

➡ Du kannst also **auf zwei Wegen sichtbar werden**:

- mit deinem **Google Unternehmensprofil**
- mit deiner **optimierten Webseite**

Beides gehört zur lokalen SEO und du brauchst **beide Elemente**, wenn du möglichst viele Anfragen willst.

📍 So wirst du lokal sichtbar, Schritt für Schritt

☑ 1. Google Unternehmensprofil optimieren

Das ist dein digitaler Branchenbucheintrag bei Google und **extrem wichtig**.

📌 Erstelle dein Profil unter: <https://business.google.com>

Achte auf:

- **Firmenname, Adresse, Telefonnummer (NAP)** → identisch zur Website
- **Kategorie auswählen** → z. B. „Gebäudereinigung“, „Fußpflege“, „Gartenbau“
- **Leistungen eintragen** → alle Services mit Beschreibung
- **Öffnungszeiten & Kontaktdaten**
- **Echte Fotos hochladen** → vorher/nachher, Mitarbeiter, Fahrzeuge
- **Bewertungen sammeln** (siehe unten)
- **Beiträge posten** → z. B. Aktionen, neue Angebote, Kundenstimmen

📌 **Tip:** Poste regelmäßig, z. B. 1x/Woche ein Bild + Text.

Google belohnt aktive Profile mit mehr Sichtbarkeit.

☑ 2. Deine Website lokal optimieren

Auch auf deiner Website muss **klar erkennbar sein, in welcher Stadt du arbeitest**.

Achte auf:

- **Stadtname im Seitentitel (H1)**

„Gartenpflege in Braunschweig zuverlässig & schnell“

- **Ortsbezug im Text**

„Wir pflegen Gärten in Braunschweig, Riddagshausen, Gliesmarode & Umgebung.“

- **Lokale Keywords in URLs**

www.gartenprofi-schmidt.de/heckenschnitt-braunschweig

- **Stadtteile nennen**

„Unser Einsatzgebiet: Innenstadt, Südstadt, Nordstadt, Querum...“

- **Jede Dienstleistung = eigene Seite** mit Stadtbezug

„Hecke schneiden Braunschweig“

„Rasen mähen Braunschweig“ etc.

3. Lokale Signale & Verzeichnisse nutzen

Google erkennt, ob du „wirklich“ lokal aktiv bist z. B. durch:

- **Branchenverzeichnisse**

Das Örtliche, 11880, Gelbe Seiten, wlw.de

→ Einträge mit Link auf deine Website

- **Stadtportale & Netzwerke**

z. B. handwerker-in-hannover.de oder dein-gartenprofi-berlin.de

- **Kooperationen oder Erwähnungen**

Lokale Vereine, Sponsoring, Veranstaltungen

🔗 **Tip:** Achte überall auf einheitliche Kontaktdaten (Name, Adresse, Telefonnummer).

4. Bewertungen mit Ortsbezug sammeln

Google liebt Bewertungen und **Nutzer auch.**

So gehst du vor:

- Bitte nach jedem Auftrag freundlich um eine Bewertung

z. B. per WhatsApp oder E-Mail mit Link

- Antworte auf jede Bewertung

„Vielen Dank Frau Becker! Schön, dass wir Ihre Hecke in Göttingen schneiden durften.“

- Ziel: 5–10 Bewertungen reichen oft schon für bessere Platzierung
-

☑ 5. Technische Basics für lokale SEO

- Deine Seite sollte **mobilfreundlich** sein (responsive Design)
 - Ladezeit sollte unter 3 Sekunden liegen
 - Impressum & Adresse sind Pflicht
 - Standortdaten optional als Schema.org-Markup einbinden (Fortgeschrittene)
-

📄 Praxisbeispiel:

Martin, Gebäudereiniger aus Hannover, hat ein gepflegtes Google Profil mit 12 Bewertungen und eine Website mit einer eigenen Seite für „Treppenhausreinigung Hannover“.

Er postet alle 2 Wochen ein Foto von aktuellen Einsätzen und hat eine Bewertungsquote von 40 %.

Ergebnis: Platz 1 im Local Pack + 3 neue Anfragen pro Woche über Google, komplett kostenlos.

✗ Häufige Fehler bei lokaler SEO

- Kein Google Profil angelegt
 - Stadtname nur auf der Startseite, nicht auf den Leistungsseiten
 - Nur 1 Seite für alles
 - Keine Bewertungen
 - Adresse nur im Impressum, aber nicht im Text
 - Keine Verlinkung in Branchenportalen
-

Zusammenfassung Kapitel 6:

- Wer lokal arbeitet, muss lokal sichtbar sein
- Nutze dein Google Unternehmensprofil + lokal optimierte Website
- Jede Leistung sollte ihre eigene lokale Seite haben
- Bewertungen, Bilder, Beiträge und Verzeichnisse bringen dich nach vorn

Kapitel 7: Technisches SEO. Bilder, Ladezeit & mobile Optimierung

So machst du deine Seite schnell, sauber und Google-freundlich

🔗 Warum Technik für SEO so wichtig ist

Technik ist der Teil deiner Webseite, den Besucher meist nicht sehen aber **Google schon**.

Wenn deine Seite:

- zu langsam lädt
- auf dem Smartphone schlecht aussieht
- technische Fehler enthält

...dann wirst du **abgestraft** selbst wenn deine Texte gut sind.

Google liebt Seiten, die **schnell, fehlerfrei und nutzerfreundlich** sind. Genau darum geht es im technischen SEO.

🔗 Technisches SEO. Schritt für Schritt erklärt

1. Ladezeit verbessern

Je schneller deine Seite lädt, desto besser.

Besonders am Smartphone zählt jede Sekunde, Google empfiehlt unter 3 Sekunden Ladezeit.

Was du tun kannst:

- **Bilder komprimieren:**

Keine 5 MB-Dateien! Nutze JPG oder WebP mit 200–300 KB.

Tools: <https://tinypng.com>

- **Keine unnötigen Slider/Videos:**

Große Header-Slider oder Autoplay-Videos machen die Seite langsam.

- **Caching aktivieren (bei WordPress oder Baukästen)**

Dadurch werden Seiten schneller ausgeliefert

- **Hosting optimieren:**

Nutze einen schnellen Server (kein Billig-Hosting!)

🔗 Teste deine Ladezeit mit:
<https://pagespeed.web.dev>

2. Mobilfreundlichkeit sicherstellen

Über **70 % deiner Besucher kommen mit dem Smartphone** und Google indexiert zuerst die mobile Version.

Darauf kommt es an:

- **Responsive Design** (automatische Anpassung an Bildschirmgröße)
- **Lesbare Schriftgrößen** (mind. 16px)
- **Bedienbare Buttons** nicht zu klein, nicht zu nah beieinander
- **Klickbare Telefonnummer & WhatsApp-Verlinkung**

🔗 Teste deine Seite hier:
<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

3. Bilder richtig optimieren

Bilder sind wichtig aber nur, wenn du sie richtig einsetzt.

Achte auf:

- **Sprechende Dateinamen**

Statt IMG_2381.jpg → rasen-maehen-braunschweig.jpg

- **ALT-Tags mit Keywords**

z. B. alt="Gartenpflege in Göttingen, vorher-nachher"

- **Echte Fotos statt Stockbilder**

Zeig deine Arbeit, deine Fahrzeuge, dein Team

🔗 Bilder mit Ortsbezug stärken auch deine lokale Relevanz!

☑ 4. Klare Seitenstruktur verwenden

Google analysiert deine Seite von oben nach unten, wie ein Buch.

Verwende diese Struktur:

- **1x H1 pro Seite** → z. B. „Gartenpflege in Braunschweig“
- **Mehrere H2/H3-Unterüberschriften** → z. B. „Unsere Leistungen“, „Preise“, „Kontakt“

So erkennt Google sofort: *Was ist Hauptthema, was sind Unterthemen?*

☑ 5. Technische Fehler vermeiden

Viele Seiten verlieren Ranking durch **unnötige Fehler**.

Checkliste:

- SSL-Zertifikat aktiv → https:// (sicher)
- Keine 404-Fehler (Seite nicht gefunden)
- Kein doppelter Content auf mehreren Seiten
- Sitemap vorhanden → bei Google Search Console einreichen
- Keine Baustellen-Seiten oder „Under Construction“-Hinweise

🔗 Nutze Tools wie <https://ahrefs.com/webmaster-tools> oder <https://seobility.net>

📄 Praxisbeispiel:

Sarah, mobile Kosmetikerin aus Leipzig, hatte eine schöne Seite aber sie war nicht mobilfreundlich und lud langsam.

Nach Optimierung: kleinere Bilder, klarere Struktur, mobilfreundliche Buttons.

Ergebnis:

- Ladezeit von 7 Sekunden auf 1,8 Sekunden reduziert
 - Google PageSpeed Score von 43 auf 89
 - Ranking von Platz 11 auf Platz 3 für „mobile Fußpflege Leipzig“
-

✘ Häufige technische SEO-Fehler

- ✘ Bilder zu groß oder ohne ALT-Tags
 - ✘ Kein SSL-Zertifikat (unsichere Seite)
 - ✘ Navigation nicht mobil bedienbar
 - ✘ Gleiche H1 auf mehreren Seiten
 - ✘ Lange Ladezeiten durch Slider & Videos
-

🔑 Zusammenfassung Kapitel 7:

- Technisch saubere Seiten ranken besser
- Ladezeit, Mobilfreundlichkeit & Struktur sind entscheidend
- Nutze echte Bilder, sprechende Dateinamen & ALT-Tags
- Vermeide technische Fehler, Google liebt saubere Seiten

Kapitel 8: SEO-Tools. Wie du mit einfachen Mitteln den Überblick behältst

So kontrollierst du deine Sichtbarkeit, ohne Technik-Wissen

Warum SEO-Tools wichtig sind

Viele Dienstleister machen den Fehler, ihre Website „einmal fertig“ zu machen und sich dann nie wieder darum zu kümmern.

Doch Google verändert sich ständig. Neue Mitbewerber tauchen auf, Kunden googeln anders, und deine Platzierung kann sich verschlechtern, **wenn du nichts tust**.

Mit den richtigen Tools kannst du:

- sehen, **für welche Begriffe** du gefunden wirst
- erkennen, **welche Seiten gut laufen**
- Fehler frühzeitig entdecken
- gezielt optimieren und dich Schritt für Schritt verbessern

Und das Beste: **Viele Tools sind kostenlos und super einfach zu nutzen**.

Die 5 wichtigsten SEO-Tools, Schritt für Schritt erklärt

1. Google Search Console, dein direkter Draht zu Google

 Link: <https://search.google.com/search-console>

Das wichtigste SEO-Tool, direkt von Google.

Es zeigt dir:

- für **welche Begriffe** du angezeigt wirst
- auf welchem **Platz du stehst**
- wie viele **Klicks du bekommst**
- ob es **Fehler** auf deiner Seite gibt (z. B. Seiten, die nicht geladen werden)

Was du damit machen kannst:

- regelmäßig prüfen, ob alle Seiten indexiert sind
- herausfinden, welche Keywords Potenzial haben
- Fehler wie 404-Seiten oder Ladeprobleme erkennen
- eine **Sitemap einreichen** das ist wie eine Inhaltsübersicht für Google

🔗 **Tipp:** Schau 1x im Monat rein, dauert 5 Minuten, bringt viel!

☑ 2. Google Analytics. Besucher verstehen

🔗 Link: <https://analytics.google.com>

Google Analytics zeigt dir **alles über deine Besucher:**

- Wie viele Leute kommen auf deine Seite?
- Welche Seiten sind am beliebtesten?
- Kommen sie vom Handy oder vom PC?
- Wie lange bleiben sie?
- Von wo kommen sie? (z. B. Google, Facebook, WhatsApp)

So nutzt du das Tool:

- Finde heraus, welche Seiten gut laufen und warum
- Erkenne Seiten, auf denen Nutzer abspringen (z. B. schlechte Ladezeit)
- Miss, wie sich Änderungen auf dein Verhalten auswirken

🔗 **Tipp:** Nutze „Ereignisse“ (z. B. Klick auf WhatsApp-Button), um zu sehen, wie viele Anfragen du bekommst.

☑ 3. PageSpeed Insights, wie schnell lädt deine Seite?

🔗 Link: <https://pagespeed.web.dev>

Dieses Tool prüft, wie schnell deine Webseite auf Mobilgeräten & Desktop lädt und was du verbessern kannst.

Was es dir zeigt:

- Ladegeschwindigkeit (in Sekunden)
- Technische Mängel (z. B. zu große Bilder, langsame Skripte)
- Empfehlungen zur Optimierung

🔗 **Tip:** Ziel ist ein Score über 80 (von 100) vor allem auf Mobilgeräten!

4. SEO Minion dein kleiner Helfer im Browser

🔗 Link: <https://seominion.com>

Eine kostenlose Browser-Erweiterung (für Chrome & Firefox), mit der du **jede Webseite analysieren kannst** auch deine Konkurrenz!

Funktionen:

- zeigt alle **Überschriften (H1-H6)**
- zeigt **ALT-Tags** von Bildern
- prüft **interne & externe Links**
- simuliert, wie deine Seite in den Google-Ergebnissen aussieht (Snippet)

🔗 **Tip:** Nutze SEO Minion beim Schreiben deiner Texte für den schnellen Check!

5. Ubersuggest, einfache Keyword-Recherche

🔗 Link: <https://neilpatel.com/ubersuggest>

Wenn du herausfinden willst, **welche Begriffe wie oft gesucht werden**, ist Ubersuggest perfekt.

Funktionen:

- zeigt Suchvolumen für Keywords
- schlägt verwandte Begriffe vor

- zeigt an, wie schwer es ist, für ein Keyword zu ranken
- zeigt die Top 10 Seiten zu einem Begriff

🔗 **Tipp:** Gib z. B. „Hecke schneiden Berlin“ ein und finde heraus, ob es genug Suchvolumen gibt.

📄 **Praxisbeispiel:**

Jens, Fensterreiniger aus Bremen, wusste nicht, ob seine Seite überhaupt gefunden wird.

Nach dem Einrichten der Search Console stellte er fest:

- Er wird für „Fensterputzer Bremen“ auf Platz 9 gefunden
- Kaum Klicks auf die Seite

→ Nach Text-Optimierung, schnellerem Hosting und gezielter Nutzung von Bildern & Ortsbezug: Platz 3 und 7–10 Anfragen pro Monat mehr

☑️ **Checkliste: SEO-Überblick behalten**

- ☑️ Google Search Console eingerichtet
 - ☑️ Sitemap eingereicht
 - ☑️ Fehler regelmäßig geprüft
 - ☑️ Ladezeit getestet
 - ☑️ Keyword-Potenziale erkannt
 - ☑️ Besucherzahlen & Verhalten im Blick
 - ☑️ Tools monatlich oder alle 6 Wochen nutzen
-

🔗 **Zusammenfassung Kapitel 8:**

- ☑️ Du brauchst keine Agentur du brauchst die richtigen Tools
- ☑️ Google Search Console ist dein SEO-Cockpit
- ☑️ Nutze Analytics, um Verhalten zu verstehen
- ☑️ Ladezeit und Mobilfreundlichkeit regelmäßig prüfen
- ☑️ Mit diesen Tools kontrollierst du deinen SEO-Erfolg einfach & kostenlos

Kapitel 9: SEO-Erfolg messen & verstehen

Wie du erkennst, was wirklich funktioniert und was nicht

Warum du regelmäßig prüfen musst, was wirkt

SEO ist kein Sprint, sondern ein Marathon.

Es reicht nicht, deine Seite einmal zu optimieren und dann zu hoffen.

Wenn du nicht misst, **kannst du nicht verbessern.**

Viele Dienstleister schauen nur auf das Ranking bei Google.

Aber: **Ein Platz 1 bringt dir nichts, wenn keiner klickt oder bucht.**

SEO-Erfolg verstehen. Schritt für Schritt

1. Welche Kennzahlen wirklich zählen

Hier sind die wichtigsten Werte, auf die du achten solltest:

- **Impressionen:** Wie oft wird deine Seite bei Google angezeigt?
- **Klicks:** Wie oft wurde deine Seite wirklich angeklickt?
- **Klickrate (CTR):** Verhältnis von Klicks zu Impressionen
- **Position:** Auf welchem Platz wirst du im Schnitt angezeigt?
- **Verweildauer:** Wie lange bleiben Nutzer auf deiner Seite?
- **Absprungrate:** Verlassen sie die Seite sofort wieder?
- **Anfragen:** Wie viele Leads bekommst du über deine Website?

Nur wer diese Werte kennt, kann gezielt optimieren.

2. Tools zum Messen deines SEO-Erfolgs

 **Google Search Console**

🔗 Link: <https://search.google.com/search-console>

- Zeigt dir alle Keywords, bei denen du gefunden wirst
- Zeigt Klicks, Positionen, CTR, technische Fehler
- Du kannst Zeiträume vergleichen (z. B. letzten 3 Monate vs. vorher)

Beispiel:

Du siehst, dass „Hecke schneiden Magdeburg“ 250 Impressionen, aber nur 3 Klicks hat?

Dann musst du vielleicht deinen Meta-Titel & Beschreibung verbessern.

🔗 Google Analytics

🔗 Link: <https://analytics.google.com>

- Zeigt Besucherzahlen, Seitenaufrufe, Geräte (mobil/desktop)
- Welche Seiten beliebt sind
- Wie lange Nutzer bleiben und wo sie abspringen

Beispiel:

Viele verlassen deine „Laub entfernen“-Seite nach 5 Sekunden?

→ Vielleicht fehlen dort Bilder, Preise oder ein Call-to-Action.

🔗 Lead-Zählung

- Tracke, wie viele echte Anfragen du bekommst
- Zähle WhatsApp-Nachrichten, Anrufe, Kontaktformular-Anfragen
- Erstelle dir eine kleine Excel-Liste: Datum – Anfrage über – Thema

Tipp:

So erkennst du z. B., ob ein neuer Blogartikel zu mehr Kontakten geführt hat.

3. Was ist ein „guter“ SEO-Erfolg?

Das hängt von deinem Ziel ab aber hier ein paar Anhaltspunkte:

Kennzahl	Zielwert für lokale Dienstleister
Klickrate (CTR)	2–10 % (je nach Branche)
Position	Top 3 bei den wichtigsten Keywords
Verweildauer	1–2 Minuten+
Absprungrate	unter 60 %
Leads pro Monat mindestens 5–10 (je nach Region/Leistung)	

4. SEO-Erfolg braucht Geduld und Kontinuität

SEO ist keine Sofortmaßnahme wie eine Anzeige sondern **ein langfristiger Erfolgsweg**.

Typischer Zeitplan bei lokaler Optimierung:

- **1. Monat:** Inhalte, Keywords, Technik optimieren
- **2.–3. Monat:** erste Verbesserungen bei Ranking & Klicks
- **4.–6. Monat:** spürbarer Anstieg bei Sichtbarkeit & Leads
- **ab 6. Monat:** stabile Platzierungen und stetiger Kundenzuwachs

Je aktiver du bleibst (z. B. neue Blogartikel, Bewertungen, Updates), desto nachhaltiger wächst deine Reichweite.

Praxisbeispiel:

Lukas, Gebäudereiniger aus Berlin, hat monatlich einen SEO-Check gemacht:

- Search Console geprüft
- Ranking für „Treppenhausreinigung Berlin“ verbessert
- Meta-Beschreibung geändert

- ALT-Tags ergänzt

Ergebnis: Klickrate von 1,7 % auf 5,3 % und 4 neue Anfragen pro Monat zusätzlich.

Monatlicher SEO-Check (10–30 Minuten):

1. Google Search Console öffnen → Klicks + Position prüfen
 2. Google Analytics öffnen → Seiten mit hoher Absprungrate erkennen
 3. Neue Anfragen zählen → Was kam über WhatsApp & Co.?
 4. Rankings mit vorher vergleichen
 5. 1 kleine Maßnahme umsetzen → z. B. Text optimieren, Bild tauschen, Meta-Titel anpassen
-

✗ Häufige Fehler bei der SEO-Auswertung

- Keine Tools eingerichtet
 - Nur aufs Ranking achten aber nicht auf Klicks
 - Keine Unterscheidung zwischen Desktop & Mobil
 - Keine echten Leads gezählt
 - Optimierungen ohne Messung durchgeführt
-

🔗 Zusammenfassung Kapitel 9:

- SEO-Erfolg misst du nicht am Gefühl, sondern an Daten
- Nutze Google Search Console & Analytics regelmäßig
- Prüfe Klickrate, Verweildauer & Leads, das zählt
- Wer misst, kann verbessern und dauerhaft sichtbar bleiben

Kapitel 10: SEO langfristig denken

So bleibst du sichtbar, auch in 6 Monaten, 1 Jahr und darüber hinaus

Warum SEO keine Einmal-Sache ist

Viele Dienstleister denken:

„Ich habe meine Seite fertig, jetzt läuft's von allein.“

Falsch.

Google verändert sich ständig. Neue Wettbewerber kommen hinzu.

Und Kunden googeln heute anders als vor einem Jahr.

- Wer **nicht dranbleibt**, verliert Sichtbarkeit.
 - Wer **regelmäßig optimiert**, wird langfristig Marktführer in seiner Region.
-

SEO langfristig pflegen. Schritt für Schritt

1. Inhalte aktuell halten

Google liebt Seiten, die „leben“.

Eine veraltete Website verliert Vertrauen, bei Nutzern und Google.

Checkliste (monatlich oder alle 2–3 Monate):

- Preise, Öffnungszeiten, Telefonnummern prüfen
- Neue Leistungen ergänzen
- Veraltete Texte überarbeiten
- Blogartikel ergänzen (z. B. „Hecke schneiden im Frühling, darauf kommt's an“)
- Jahreszeiten nutzen → z. B. Laub entfernen im Herbst, Unkraut entfernen im Sommer

 **Tipp:** Nutze Kundenfragen aus Telefonaten oder WhatsApp-Nachrichten als Content-Ideen.

☑ 2. Bewertungen & Google-Profil pflegen

Dein Google-Unternehmensprofil ist wie dein Schaufenster, **halte es frisch!**

- Bitte nach jedem Auftrag um eine Bewertung
- Antworte auf alle Bewertungen freundlich & mit Ortsbezug
- Füge neue Fotos hinzu (z. B. vorher-nachher)
- Poste 1–2x im Monat einen Beitrag: „Aktuell erledigt in...“, „Saisonangebot“, „Frühjahrsputz“ etc.

➡ Google merkt: Du bist aktiv und zeigt dich lieber oben.

☑ 3. Neue Seiten & Orte ergänzen

Je mehr relevante Inhalte du hast, desto mehr potenzielle Kunden erreichst du.

Beispiele:

- Bisher nur „Gartenpflege Braunschweig“ → Ergänze:
 - „Hecke schneiden Gliesmarode“
 - „Laub entfernen Riddagshausen“
 - „Rasen mähen in Wolfsburg“
- Für jede Leistung eine eigene Unterseite
- Für jeden Stadtteil / jede Zielgruppe (Senioren, Eigentümer, etc.) eigene Inhalte

🔗 **Tipp:** Nutze Copy & Paste als Basis, passe Text und Keyword für den neuen Ort an, fertig.

4. Monatliche SEO-Routine

1x im Monat 30 Minuten das reicht oft schon!

Dein Plan:

1. Google Search Console öffnen → Klicks & Positionen checken
 2. Analytics prüfen → Welche Seiten laufen gut? Wo springen Nutzer ab?
 3. Google Profil aktualisieren → neue Bilder, Beiträge, Bewertungen
 4. 1 Optimierung umsetzen → z. B. neuen Absatz schreiben, Bild tauschen
 5. Rankings vergleichen → Siehst du Fortschritte?
-

5. Weiterentwicklung & neue Wege

Wenn du gut sichtbar bist, ist das erst der Anfang. Jetzt kannst du weiter aufbauen:

- Mit **Blogartikeln** mehr Kundenfragen beantworten
- Mit **Landingpages** gezielt einzelne Leistungen bewerben
- **Google Ads** nutzen, um bei Suchbegriffen ganz oben zu stehen
- **Backlinks aufbauen** durch Kooperationen oder Branchenportale
- Mit **AI-Tools (z. B. ChatGPT)** Texte schneller erstellen

So entwickelst du dich vom „sichtbaren Dienstleister“ zum lokalen Platzhirsch.

Praxisbeispiel:

Daniel, Fensterputzer aus Erfurt, hat jeden Monat eine Stunde in seine Website investiert:

- 1 neuer Blogartikel pro Quartal
- 3 neue Stadtteile als Unterseiten
- 15 neue Bewertungen über WhatsApp gesammelt

Ergebnis:

Platz 1 für 5 wichtige Keywords

über 50 Klicks pro Woche

8–12 Anfragen pro Monat, **komplett organisch**

✘ Häufige Fehler beim SEO auf lange Sicht

- Nach dem Launch nichts mehr gemacht
 - Veraltete Inhalte seit Jahren online
 - Keine neuen Orte oder Leistungen ergänzt
 - Bewertungen nicht gepflegt
 - Keine Tools genutzt (Search Console, Analytics)
-

🔑 Zusammenfassung Kapitel 10:

- SEO ist wie ein Garten: Wer regelmäßig gießt, wird belohnt
- Halte deine Inhalte, Bewertungen & Google-Profil aktuell
- Ergänze regelmäßig neue Seiten, Orte & Angebote
- Nutze Tools & Routinen, um dauerhaft sichtbar zu bleiben
- Weiterentwicklung = Vorsprung vor der Konkurrenz