

NEONKRAFT

SEO

# Lokales SEO – Muster-Audit

---

Beispielbericht

Juli 2026

## Überblick

Dieses Dokument zeigt **beispielhaft**, wie ein Local-SEO-Audit von NeonKraft aussieht: der **Ist-Stand einer Website** für die lokale Suche (Google Maps und lokale Trefferbox) und die daraus abgeleiteten, priorisierten Maßnahmen. Es sagt konkret, **was vorhanden ist** und **was fehlt** – nicht nur, was man allgemein tun könnte.

So lesen Sie die Prioritäten: **Priorität** (1 = sofort ... 3 = später) · **Aufwand** (niedrig/mittel/hoch) · **Zuständig** (Beratung = wir, Inhalt = Texte, Entwicklung = Technik).

*Muster-Audit – exemplarischer Aufbau. Beispielbetrieb: Elektro Mustermann GmbH, Düsseldorf (anonymisiert).*

## Zusammenfassung

Technisch ist die Website **sauber auffindbar**: indexierbar, mit Sitemap, Impressum und Datenschutz, dem Ort im Seitentitel und Kontaktdaten auf der Seite. Die lokale Sichtbarkeit wird jedoch von **drei konkreten Lücken** gebremst:

1. **Keine maschinenlesbaren Standortdaten** auf der Website.
2. **Keine ort-spezifischen Seiten** (nur allgemeine Leistungsseiten).
3. **Zu wenige, veraltete Bewertungen** im Unternehmensprofil.

Das Google-Unternehmensprofil ist vorhanden und gepflegt – der schnellste Hebel liegt hier bei **aktuellen Bewertungen**.

## Was bereits gut ist (geprüfter Ist-Zustand)

- ✓ **Kontaktdaten (Anschrift + Telefon)** auf der Seite vorhanden.
- ✓ **Impressum und Datenschutzerklärung** vorhanden und verlinkt.
- ✓ **Ort im Seitentitel** – ein gutes lokales Signal.
- ✓ **Technisch auffindbar**: indexierbar, Sitemap und einheitliche Seitenadresse (canonical) vorhanden, Sprache auf Deutsch gesetzt.
- ✓ **Google-Unternehmensprofil vorhanden, beansprucht und gepflegt** (Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Fotos).

## Die konkreten Lücken – und was zu tun ist

### 1. Keine maschinenlesbaren Standortdaten

**Befund:** Auf der Website ist **keine strukturierte Auszeichnung** hinterlegt (Adresse, Öffnungszeiten, Leistungen liegen nur als Fließtext vor). Google-Karten, Trefferbox und KI-Antworten können die Eckdaten nicht sicher erfassen. **Empfehlung:** Standortdaten maschinenlesbar hinterlegen (Firmierung, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Leistungen, Geo-Koordinaten). Größter technischer Hebel bei geringem Aufwand.

*Priorität 1 · Aufwand niedrig–mittel · Zuständig: Entwicklung*

## 2. Ort-spezifische Seiten – nur, wo es echten Bezug gibt

**Befund:** Es gibt allgemeine Leistungsseiten, aber **keine Seite für die Orte, an denen der Betrieb tatsächlich tätig ist**. Für Suchen wie „Leistung + Düsseldorf“ fehlt dort eine passende Zielseite. **Empfehlung:** Eine eigene, echte Seite **nur für Orte mit tatsächlichem Standort oder echtem Einzugsgebiet** – mit eigenständigem Inhalt (lokale Referenzen, Anfahrt, Ansprechpartner). **Keine Seiten für Städte ohne echten Bezug** – solche „Stadt-Seiten“ wertet Google als Doorway-Spam ab. *Priorität 2 · Aufwand mittel · Zuständig: Inhalt + Entwicklung*

## 3. Kundenbewertungen – der größte Hebel

**Befund:** Nur **wenige Bewertungen**, die jüngsten mehrere **Jahre alt**. Qualität stimmt, aber **Menge und Aktualität** sind zu gering – genau das gewichtet Google stark. **Empfehlung:** Systematisch **aktuelle Bewertungen aufbauen** (nach jedem Auftrag, Link/QR), **keine Anreize/Fake** (UWG), **jede Bewertung beantworten**. Ziel: stetiger Zufluss statt Einmal-Aktion. *Priorität 1 · Aufwand niedrig–mittel · Zuständig: Beratung*

## 4. Unternehmensprofil weiter ausbauen

**Befund:** Profil vorhanden und gepflegt; als Kategorie ist nur die Hauptkategorie gesetzt. **Empfehlung:** Relevante **Nebenkategorien** und **Leistungen** ergänzen, **Beiträge** und **Fragen & Antworten** aktiv pflegen. Firmenname unverändert lassen (kein Orts-/Leistungszusatz – Sperr-Risiko). *Priorität 2 · Aufwand niedrig · Zuständig: Beratung*

## 5. Firmendaten & Verzeichnisse

**Befund:** Kontaktdaten auf der Website konsistent; Abdeckung in externen Verzeichnissen zu erheben. **Empfehlung:** Name/Anschrift/Telefon exakt identisch überall; Kern-Verzeichnisse (Das Örtliche, Gelbe Seiten, 11880, meinestadt.de, Yelp, Apple Business Connect, Bing Places) + branchenspezifisch; zuerst falsche/doppelte Einträge bereinigen. *Priorität 2 · Aufwand mittel · Zuständig: Beratung*

## 6. Messung

**Empfehlung:** Kartenplatzierung über ein **Standort-Raster** messen (mehrere Punkte im Einzugsgebiet), Profil-Auswertung (Anrufe/Routen/Klicks) und lokale organische Sichtbarkeit der Seiten verfolgen. *Priorität 2 · Aufwand niedrig · Zuständig: Beratung*

## Rechtssicherheit (DSGVO / UWG)

Impressum und Datenschutz vorhanden (✓). Zu beachten: **keine gekauften oder mit Anreiz erzeugten Bewertungen** (UWG); Bewertungs-/Kundendaten datenschutzkonform; Adresse, Öffnungszeiten und Kategorien wahrheitsgemäß.

## Prioritäten auf einen Blick

Maßnahme	Befund	Priorität	Aufwand	Zuständig
Maschinenlesbare Standortdaten	fehlt	1	niedrig–mittel	Entwicklung
Aktuelle Bewertungen aufbauen	wenige, veraltet	1	niedrig–mittel	Beratung
Ort-spezifische Seiten	fehlt	2	mittel	Inhalt + Entwicklung
Unternehmensprofil: Nebenkategorien, Leistungen	ausbaubar	2	niedrig	Beratung
Verzeichnisse / NAP-Konsistenz	zu erheben	2	mittel	Beratung
Messung einrichten	offen	2	niedrig	Beratung