

# Studie zeigt: +76% mehr Kunden durch lokale Google Ads

 [4ads.de/76-prozent-mehr-kunden-durch-lokale-google-ads](https://4ads.de/76-prozent-mehr-kunden-durch-lokale-google-ads)

## Warum lokale Unternehmen auf lokale Google Ads setzen sollten

Die Suche nach lokalen Handwerkern, Dienstleistern, Beratern und sonstigen Unternehmen hat sich längst vom klassischen Branchenbuch ins Internet verlagert. Denn die „Gelben Seiten“ haben **nur einen Bruchteil der Reichweite von lokalen/regionalen Google-Suchanfragen.**

**In gedruckter Form** haben die „Gelben Seiten“ und ähnliche Verzeichnisse weiterhin Ihre Berechtigung. Denn bei den über 70jährigen gibt es ca. 20%, die das Internet nicht nutzen.

Laut [Statista.de](https://www.statista.de) nutzen ca. **95% der Deutschen ab 14 Jahren** das Internet. Die restlichen 5% (also rund 3,6 Mio. Deutsche, hauptsächlich aus der älteren Generation) verwenden gedruckte Verzeichnisse, wenn sie einen Handwerker oder einen Dienstleister oder eine Arztpraxis oder eine Apotheke in der Umgebung suchen.

Bei der Online-Nutzung sieht es etwas anders aus. Die „Gelben Seiten“ haben zwar monatlich ca. 2 Mio. unterschiedliche Online Besucher. Diese Besucher führen auf den Gelben Seiten täglich ca. 1,8 Mio. Suchanfragen aus; das heißt: Pro Nutzer und Tag erhalten die Gelben Seiten täglich ca. 1 Suchanfrage. Gemessen an den täglichen Google-Suchanfragen sind die 1,8 Mio. täglichen Gelbe-Seiten-Suchanfragen jedoch sehr wenig.

**Weltweit** erhält Google **jede Sekunde** mehr als 90.000 Suchanfragen: in Summe ergibt das ca. 8 Milliarden Suchanfragen täglich.

Mit einem Marktanteil von fast 91% ist Google Suchmaschinen-Marktführer in Deutschland (weltweit 86%). Google erhält in Deutschland **täglich** geschätzt etwa 80 Mio. Suchanfragen. Ungefähr ein Drittel aller Google-Suchanfragen sind auf einen Ort oder auf eine Region bezogen („Installateur Amberg“, „Feinkost Weiden“, „Restaurant Schwandorf“, etc.)

D.h. ca. 26 Mio. der täglichen Google Suchanfragen haben einen lokalen bzw. gewerblichen Bezug. **Zum Vergleich:** Die Gelben Seiten haben täglich ca. 1,8 Mio. Online-Suchanfragen.

Auf **eine** (überwiegend lokale/regionale) Suchanfrage bei den „Gelben Seiten“ kommen ca. 15 lokale/regionale Suchanfragen bei Google. Rechnerisch haben die „Gelben Seiten“ etwa 7% der Reichweite von lokalen/regionalen Google-Suchanfragen. **Wichtig:** Es gibt erhebliche Branchenunterschiede, denn fast ein Drittel der Gelbe-Seiten-Besucher suchen nach Ärzten oder Apotheken. Für weitere Studienergebnisse zur Bedeutung von lokalen/regionalen Suchanfragen klicken Sie bitte [hier](#).

**Kurz:** Lokale Google Ads sind für die meisten lokalen Anbieter von enormer Bedeutung. Denn Unternehmen müssen im Internet für ihre örtlichen Kunden auffindbar sein. Bei Google gefunden werden kann bedeuten, einen Auftrag, eine Bestellung oder eine Terminanfrage zu bekommen.

## Lokale Kampagnen Google Ads liefern den Umsatzschub

---

Wenn die Kunden immer mehr im Internet einkaufen, wird es Zeit für die lokalen Händler, sie im Internet abzuholen. Sonst wird der Handel zur Beute der Billigst-Anbieter aus Fernost, die inzwischen dem lokalen Einzelhandel mit Dumpingpreisen und Plagiaten schaden.

**Zeit zu handeln:** Kein hiesiger Händler kann mit Fernost-Preisen mithalten. Dafür sind hier die Kosten zu hoch. Doch SIE können das bieten, was kein Internet-Versender liefern kann: Bodenständigkeit, Beratungsqualität, Freundlichkeit, ehrliches Engagement für die Kunden. Die Tasse Kaffee, etwas Leckeres für den Nachwuchs. Vor allem: Sie „sind von hier“! Sie schaffen Arbeitsplätze hier, Sie zahlen Ihre Steuern hier, Sie leben hier, Ihre Familie und Ihre Freunde leben hier. Sie sind ein Teil der Gemeinschaft. Das ist ein großes Plus/ein Wert an sich. Und außerdem: Wenn Sie Ihre Kundschaft schlecht bedienen oder schlecht beraten, schaden Sie sich selbst.

Anders ist es bei den anonymen Internet-Händlern: Die sitzen „irgendwo im nirgendwo“; denen ist es egal, ob ihre Produkte wirklich das Richtige für die Käufer sind.

**Die „feindliche Online-Übernahme“ der Kundschaft / Kunden betrifft inzwischen nicht mehr nur den Einzelhandel.** Auch Handwerker und Dienstleister leiden unter ortsfremder Konkurrenz. Über Portale wie „MyHammer“, „MachDuDas“ u.a.m. kann sich jeder Dienstleistungen und handwerkliche Tätigkeiten kaufen. Ob diese Dienstleister / Handwerker wenigstens in Deutschland leben, und – falls überhaupt – ob sie hier ihre Steuern entrichten, ist den (oft auch kommunalen!) Auftraggebern anscheinend gleichgültig.

**Also:** handeln Sie. Nicht aus Abneigung gegen die Online-Konkurrenz – sondern weil Sie damit etwas Gutes für Ihr Unternehmen tun.

Schlagen Sie die Internet-Anbieter mit Ihren Geheimwaffen, die diese nicht haben. Stellen Sie Ihre bodenständigen Vorzüge ins Rampenlicht. Bei den Leuten aus Ihrer Region. Erklären Sie ihnen, wieso Ihr Angebot die beste Wahl ist.



**Holen Sie durch lokale Google Ads Ihre Kundschaft dort ab, wo sie immer häufiger einkauft.** Nämlich im Internet. Zeigen Sie Online-Präsenz, fangen Sie bestehende (und neue) Kunden ein. Mit zugkräftigen Anzeigen und einer feinen Webseite, auf der Sie Ihre ehrlichen, bodenständigen Vorzüge ins beste Licht rücken.

**4ads hilft Ihnen dabei.** Mit 22jähriger Google-Erfahrung.

## Vorsicht vor Google-Abzockern

---

Unter den Google Agenturen gibts auch schwarze Schafe

Mittlerweile hat sich eine ganze Branche auf das Geschäft mit lokaler/regionaler Online-Werbung spezialisiert. Diese Spezialisten bieten Pakete aus Google-Werbung, lokale Suchmaschinenoptimierung, Einträge bei Google Maps und in diversen lokalen und regionalen Portalen an. Sie präsentieren bunte Bildchen und Grafiken, wie man regional wirbt. Leider sind unter diesen Firmen einige „schwarze Schafe“, die unaufgefordert bei Ihnen anrufen, und Ihnen drittklassige Leistungen zu erstklassigen Preisen verkaufen. Bitte prüfen Sie die Google-Zertifizierung, bevor Sie eine Agentur engagieren.

## Lokale Google Werbung zum fairen Preis

---

Die Kosten für lokale Google Ads Kampagnen mit Google Ads bewegen sich im moderaten Rahmen. Vergleichen Sie sie mit den Kosten für ein Zeitungsinserat. Selbst für ein kleines Anzeigenformat addieren sich die Kosten ohne Weiteres auf ca. 1.000 € (Kosten für Grafik und Gestaltung, Schaltkosten). **Hinzu kommt: Bei Zeitungsanzeigen kann das Verhältnis von Kundeninteresse und Werbeaufwand sehr ernüchternd sein (sofern es denn überhaupt nachvollziehbar ist).**

Bei Werbung in den gedruckten Gelben Seiten zahlen Sie für eine gestaltete Anzeige im Format 30 x 60 mm schnell 3.000,- Euro. Eine Anzeige in der Online-Ausgabe der Gelben Seiten kostet etwa 1.000,- Euro pro Jahr. Einer meiner Kunden hatte bis 2014 jedes Jahr einen fünfstelligen Betrag für Werbung in den Gelben Seiten ausgegeben. Inzwischen hat er sein Werbebudget umgeschichtet, und setzt voll auf lokale Google Ads.

Mit lokaler Google Werbung wissen Sie, was Sie für Ihr Geld bekommen: Die Kosten sind zu 100 % transparent und jederzeit steuerbar. Sie zahlen nur, wenn jemand klickt. Und jeder Klick bringt einen potenziellen Kunden.



## Mehr zum Thema „Lokale Google Werbung“

---

Lokale Google Ads sind für lokale Unternehmen von großer Bedeutung. Denn sie müssen im Internet für ihre örtlichen Kunden auffindbar sein. Bei Google gefunden werden kann bedeuten, einen Auftrag, eine Bestellung oder eine Terminanfrage zu bekommen.

Für mehr Informationen nutzen Sie bitte die folgende Beitragsübersicht von 4ads Google Werbung:

## Google Ads Einsteiger mit 1.000 Euro

Sie brauchen als Google Ads Einsteiger keine teuren Agenturen für den Start mit Google Ads. Seit es Google Ads (früher: Adwords) gibt, kann man sich die Grundlagen selbst erarbeiten und direkt im Google Ads Konto umsetzen.

## 📍 Werkstattbericht: Lokale Google Ads im B2C

Wie Sie mit Google Werbung in Ihrer Region durchstarten: Regionale Google-Werbung ist Handwerk. Und auch dieses Handwerk will gelernt sein. Werbe-Handwerk bei Google besteht aus zwei Disziplinen:

## Google Ads perfekt nutzen – mit dem 4beinigen Stuhl

Die 4 Stuhlbeine jeder Google-Werbung: 1. Zielgruppe 2. Anzeigentexte 3. Gebotsstrategie 4. Analyse und Optimierung

## 📍 Lokale Google Ads: Davon profitieren Unternehmen vor Ort

Google Ads für regionale Unternehmen: das funktioniert. Denn Google Ads ist das Werkzeug, mit dem starke Betriebe noch stärker werden können.

