



PRAXIS-WHITEPAPER

Gefunden werden, wo Kunden suchen

Welche Plattformen für Unternehmen wirklich relevant sind

28. SEPTEMBER 2026

Viele Anbieter werben oft mit 20, 50 oder 65+ Portalen auf denen man sich eintragen lassen kann um mehr Reichweite & Ranking zu bekommen. Meine Erfahrung zeigt, dass nicht die Anzahl, sondern Relevanz, Vollständigkeit und Konsistenz, unterm Strich also die Qualität der Listings entscheidend sind. Dieses Whitepaper zeigt Basis-Portale, Bewertungsplattformen und branchenspezifische Portale für 9 wichtige Branchen. Außerdem, gehen wir hier auf die Logik von Portalverlinkungen ein.



Shahab Alaei
CEO



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Die Problematik – Qualität statt Masse	4
Daten & Erkenntnisse	5
Vorgehensweise	6
So funktioniert eine sinnvolle Portalstrategie	7
Welche Portale zuerst?	8
Die Basis für lokale Sichtbarkeit	9
Bewertungen & Social Media	10
Spezialisierung – Warum Branchenportale?	11
Bevor Sie sich eintragen	12
Portale nach Branche	13
Handwerk & Bau	13
Gesundheit & Praxen	14
Recht & Steuern	15
Gastronomie	16
Hotel & Tourismus	17
Beauty & Wellness	18
Kfz & Werkstatt	19
Immobilien	20
B2B & Industrie	21
Fazit: Relevanz schlägt Masse	21
Local Citations ≠ Backlinks ≠ Link Building	22
Kontakt	23

Einleitung

Lokale Sichtbarkeit entsteht heute über viele Berührungspunkte: Google Suche, Google Maps, Apple Karten, Branchenverzeichnisse, Bewertungsplattformen und branchenspezifische Portale. Gleichzeitig werben zahlreiche Anbieter mit Einträgen auf unzähligen Portalen, Verzeichnissen & Plattformen, da vermeindlich noch nicht auf all diesen gelistet ist.

Dieser Praxisleitfaden zeigt, warum die reine Anzahl der Einträge aus unserer Erfahrung wenig über deren tatsächlichen Nutzen aussagt und erst Recht nicht die erwarteten Resultate herbeiführt. Entscheidend sind relevante Plattformen, vollständige und konsistente Unternehmensdaten sowie die richtige Auswahl für Branche und Zielgruppe.

Auf den folgenden Seiten zeigen wir, welche Basis-Portale für lokale Unternehmen besonders relevant sind, welche Bewertungsplattformen Vertrauen schaffen und welche zusätzlichen Portale sich je nach Branche sinnvoll ergänzen lassen.

Nicht gefunden

Fehlt der Eintrag in wichtigen Portalen, erscheint das Unternehmen bei lokalen Suchen gar nicht. Die Anfrage geht an den Wettbewerb.

Veraltete Profile

Alte Öffnungszeiten, fehlende Fotos und unbeantwortete Bewertungen kosten Vertrauen – noch bevor der erste Kontakt entsteht.

NAP Daten

Unterschiedliche Schreibweisen von Name, Adresse oder Telefonnummer verunsichern Suchmaschinen und schwächen das lokale Ranking.

Suchmaschinen vertrauen Daten, die überall gleich sind. Kunden vertrauen Profilen, die gepflegt sind.

➔ Die Problematik

Viele Unternehmen sind auf mehreren Plattformen gelistet, doch unvollständige oder veraltete Daten mindern den Nutzen. Für lokale Rankings zählen vor allem Relevanz, Entfernung und Bekanntheit – nicht die Anzahl der Verzeichniseinträge.

“Qualität statt Masse”

➔ Mission

Qualität vor Masse bedeutet, Unternehmensdaten auf den tatsächlich relevanten Plattformen vollständig, einheitlich und aktuell zu halten. Statt möglichst vieler unvollständiger Einträge steht eine konsistente Präsenz auf wichtigen Karten-, Branchen- und Bewertungsplattformen im Mittelpunkt.

➔ Ergebnis

So entsteht eine solide Grundlage für lokale Sichtbarkeit und verlässliche Unternehmensdaten. Die Pflege wird einfacher, und aus unserer Praxiserfahrung schaffen wenige relevante, vollständig gepflegte Profile mehr Nutzen als viele unvollständige Einträge.

Daten die Fakten sind

Vollständig gepflegte Google-Unternehmensprofile erzielen in Deutschland nahezu 4-mal mehr Websitebesuche.



42% Profile mit Fotos erhalten laut Google rund 42 % mehr Anfragen nach Wegbeschreibungen.



Vollständige Profile führten zu rund 5-mal mehr Anrufen und 4-mal mehr Routenanfragen.



Eine Analyse von 800 Unternehmen zeigte nach optimierter Listing-Pflege 18 % mehr Sichtbarkeit und 29 % mehr Profilaufrufe.

+ 62%



Vorgehensweise



1 Prüfen

Wo ist Ihr Unternehmen schon eingetragen, und was steht dort?
Wir erfassen den Ist-Stand.

2 Auswählen

Wir wählen die Portale nach Branche, Region und tatsächlicher Nutzung durch Ihre Kunden.

3 Vereinheitlichen

Name, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten und Beschreibung stehen überall gleich.

4 Pflegen

Wir begleiten Verifizierungen, dokumentieren alle Einträge und halten sie aktuell.

So funktioniert eine sinnvolle Portalstrategie

Nicht jedes Portal erfüllt denselben Zweck. Eine belastbare Präsenz entsteht schrittweise: **zuerst das Fundament, dann Datenqualität, Vertrauen und branchenspezifische Relevanz.**

1

Basisplattformen priorisieren

Google Unternehmensprofil, Apple Business Connect und Bing Places zuerst vollständig aufsetzen.

2

Daten vereinheitlichen

Name, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Kategorien und Leistungen überall konsistent halten.

3

Vertrauen ergänzen

Bewertungen auf relevanten Plattformen aufbauen, beantworten und regelmäßig beobachten.

4

Branchenportale gezielt wählen

Nur dort ergänzen, wo Zielgruppe und Leistung tatsächlich zusammenpassen.

5

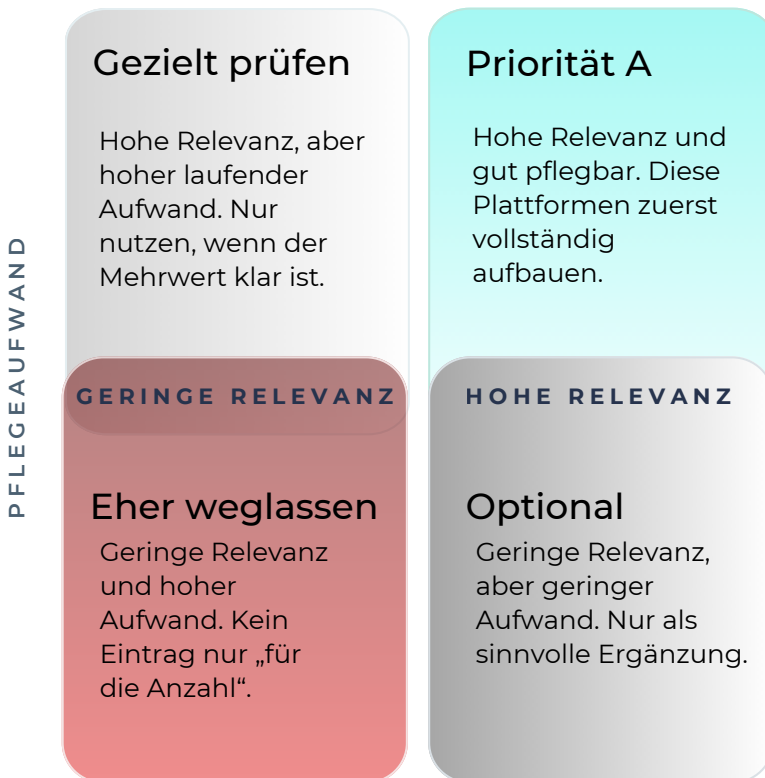
Laufend prüfen und pflegen

Änderungen zeitnah nachführen, Profile kontrollieren und veraltete Einträge vermeiden.

Welche Portale zuerst?

Jede zusätzliche Plattform sollte sich begründen lassen. Relevanz und konkreter Nutzen wiegen stärker als eine möglichst hohe Zahl an Profilen.

Priorisierung nach Relevanz und Pflegeaufwand



Ein Portal ohne erkennbaren Nutzen ist kein Pflicht-Eintrag.

1 Zielgruppenfit

Suchen potenzielle Kunden dort tatsächlich nach Anbietern Ihrer Branche oder Region?

2 Konkreter Nutzen

Entstehen Kartenpräsenz, Bewertungen, Buchungen, Anfragen oder andere relevante Kontaktpunkte?

3 Datenqualität

Lassen sich Unternehmensdaten vollständig, eindeutig und aktuell hinterlegen?

4 Pflegebarkeit

Kann das Profil langfristig kontrolliert, aktualisiert und auf Bewertungen reagiert werden?

➔ Empfohlene Reihenfolge

1. Basis

2. Bewertung

3. Branchen

4.
Ergänzende
Profile

Die Basis für lokale Sichtbarkeit

Diese Portale gehören für nahezu jedes Unternehmen dazu – unabhängig von der Branche.

➔ Suchmaschinen & Karten

Google Unternehmensprofil

business.google.com

Bing Places

business.google.com

Sichtbar in der Bing-Suche und in Bing Karten.

Apple Business Connect

business.google.com

➔ Verzeichnisse

Gelbe Seiten

gelbeseiten.de

Das bekannteste deutsche Branchenverzeichnis.

Das Örtliche

dasoertliche.de

Lokale Suche nach Ort und Branche.

Das Telefonbuch

dastelefonbuch.de

Firmen- und Telefonsuche bundesweit.

11880.com

11880.com

Branchensuche mit Bewertungen.

meinstadt.de

meinstadt.de

Stadtportal mit Branchenbuch.

Cylex

cylex.de

Branchenbuch mit Umkreissuche.

Bewertungen & Social Media

Bewertungen sind für viele Kunden das stärkste Argument. Diese Plattformen sollten Sie kennen.

➔ Bewertungsportale

Trustpilot trustpilot.com	Bewertungsplattform mit hoher Bekanntheit.
ProvenExpert provenexpert.com	Bewertungen sammeln und als Siegel auf der Website zeigen.
Yelp yelp.de	Lokale Bewertungen, stark bei Gastronomie und Handel.
golocal golocal.de	Lokale Bewertungen und Empfehlungen.

➔ Social Media & Arbeitgeber

Facebook-Seite facebook.com	Öffnungszeiten, Bewertungen und Kontakt an einem Ort.
LinkedIn-Seite linkedin.com	Sichtbarkeit bei Geschäftskunden und Bewerbern.
kununu kununu.com	Arbeitgeberbewertungen – wichtig für Bewerber.

Die wichtigste Regel: überall dieselben Daten

Name, Adresse und Telefonnummer müssen in jedem Portal exakt gleich geschrieben sein.

Musterstr. 5

≠

Musterstraße 5

Spezialisierung

➔ Gezielte Suche

Google, Verzeichnisse und Bewertungsportale sind breit aufgestellt: Dort sucht man nach einem Namen, einer Adresse oder einem Betrieb in der Nähe. Wer dagegen ein konkretes Vorhaben hat – ein neues Bad, einen Arzttermin, einen Tisch für Freitagabend –, geht oft direkt auf ein spezialisiertes Portal. Dort vergleicht er Anbieter, liest Bewertungen und fragt an oder bucht sofort.

➔ Spezialisierung

Ein Branchenportal ersetzt die Basis also nicht, es ist die zweite Stufe. Es erreicht Menschen mit konkretem Bedarf und ergänzt Ihre Präsenz um Einträge, die zu Ihrem Fach passen.

➔ Beispiel Handwerk

Ein Sanitärbetrieb aus Köln ist bei Google, Gelbe Seiten und Das Örtliche eingetragen. Zusätzlich nimmt er [MyHammer](#), [CHECK24 Profis](#) und [Aroundhome](#) auf. Von dort kommen Anfragen von Hauseigentümern, die ihr Projekt schon geplant haben und gezielt einen Fachbetrieb suchen.

Bevor Sie sich eintragen

Drei Punkte, die Sie vor jeder Eintragung in ein Branchenportal klären sollten.

➔ Kosten prüfen

Viele Branchenportale arbeiten mit Monatsbeitrag oder Provision.

➔ Passung prüfen

Nur Portale wählen, deren Nutzer Ihre Leistung suchen.

➔ Pflege einplanen

Ein Profil ohne aktuelle Daten und Antworten schadet mehr, als es nützt.

➔ Analytics and Data Experts fragen

Handwerk & Bau

Wer renoviert oder baut, holt Angebote oft direkt über Vermittlungsportale ein – und entscheidet dort nach Bewertungen und Reaktionszeit.

-  **MyHammer**
my-hammer.de · Anfragen
Größtes deutsches Handwerkerportal mit Aufträgen aus der Region.
-  **CHECK24 Profis**
check24.de/profis · Anfragen
Anfragen über die bekannte Vergleichsmarke.
-  **Aroundhome**
aroundhome.de · Anfragen
Vermittlung größerer Projekte rund ums Haus.
-  **Blauarbeit**
blauarbeit.de · Anfragen
Ausschreibungen von Privatkunden, oft preisorientiert.
-  **Houzz**
houzz.de · Portfolio
Referenzprojekte für Innenausbau, Architektur und Garten zeigen.



Mit einem Portal starten, die Qualität der Anfragen drei Monate beobachten und dann erweitern.

Patienten wählen Praxen nach Bewertungen und buchen Termine zunehmend online – auch außerhalb der Sprechzeiten.

➔ **jameda**
jameda.de · Bewertung

Größtes deutsches
Arztbewertungsportal, mit
Terminbuchung.

➔ **Doctolib**
doctolib.de · Buchung

Online-Terminbuchung und
Terminverwaltung für
Praxen.

➔ **Arzt-Auskunft**
arzt-auskunft.de · Verzeichnis

Arztverzeichnis der
Stiftung Gesundheit.

➔ **sanego**
sanego.de · Bewertung

Bewertungen für Ärzte, Zahnärzte
und Therapeuten.



Bei Profiltexen das Heilmittelwerbegezet und die Berufsordnung beachten.

Recht & Steuern

Mandanten suchen nach Rechtsgebiet und Ort – oft über die Portale von Kammern und Verbänden, denen sie besonders vertrauen.

-  **anwalt.de**
anwalt.de · Verzeichnis
Anwaltsverzeichnis mit Profilen und Bewertungen.
-  **Deutsche Anwaltauskunft**
anwaltauskunft.de · Verzeichnis
Anwaltssuche des Deutschen Anwaltvereins (DAV).
-  **Steuerberater-Suchservice**
steuerberater.de · Verzeichnis
Suche des DStV nach Ort und Schwerpunkt, mit Bewertungen.
-  **DATEV SmartExperts**
smartexperts.de · Verzeichnis
Kanzleiprofile für DATEV-Mitglieder.
-  **Suchdienste Steuerberaterkammern**
Verzeichnisse
Regionale Suche nach Arbeitsgebiet, Branche und Fremdsprache.



Zuerst prüfen, welche Einträge Ihre Kammer oder Ihr Verband bereits anbietet.

Gastronomie

Gäste entscheiden nach Bewertungen und Fotos und reservieren direkt online – oft spontan und vom Smartphone aus.

- | | |
|---|--|
|  Tripadvisor
tripadvisor.de · Bewertung | Bewertungen, besonders stark bei Touristen. |
|  TheFork
thefork.de · Buchung | Tischreservierung, gehört zu Tripadvisor. |
|  OpenTable
opentable.de · Buchung | Internationale Plattform für Tischreservierungen. |
|  Quandoo
quandoo.de · Buchung | Reservierungen, auch direkt über Google Maps. |
|  Lieferando
lieferando.de · Marktplatz | Liefer- und Abholbestellungen für Restaurants mit Lieferservice. |



Die Tischreservierung direkt im Google-Unternehmensprofil anbieten.

Hotel & Tourismus

Reisende vergleichen Preise und Bewertungen auf wenigen großen Plattformen, bevor sie buchen.

- | | |
|--|--|
| ➔ Booking.com
booking.com · Buchung | Größte Buchungsplattform für Unterkünfte. |
| ➔ Expedia
expedia.de · Buchung | Buchung, oft als Paket mit Flug. |
| ➔ HolidayCheck
holidaycheck.de · Bewertung | Hotelbewertungen, stark im deutschen Markt. |
| ➔ Tripadvisor
tripadvisor.de · Bewertung | Bewertungen und Preisvergleich. |
| ➔ Google Hotels
hotelcenter.google.com · Buchung | Preise und Direktbuchungslink in der Google-Suche. |
| ➔ Airbnb
airbnb.de · Buchung | Für Ferienwohnungen und Pensionen. |



Preise und Verfügbarkeit über einen Channel-Manager auf allen Portalen synchron halten.

Beauty & Wellness

Termine für Friseur, Kosmetik und Massage werden immer häufiger per App gebucht – am liebsten rund um die Uhr.

- | | |
|--|--|
|  Treatwell
treatwell.de · Buchung | Großer Buchungsmarktplatz für Beauty und Wellness. |
|  Planity
planity.com · Buchung | Buchung für Friseure, Kosmetikstudios und Barber. |
|  Fresha
fresha.com · Buchung | Buchungssoftware mit eigenem Marktplatz. |
|  Booksy
booksy.com · Buchung | Buchungs-App, stark bei Barbershops. |
|  Instagram
instagram.com · Social | Arbeiten zeigen und Terminanfragen erhalten. |



Provisionen für Neukunden prüfen und Stammkunden über das eigene Buchungstool führen.

Kfz & Werkstatt

Autofahrer vergleichen Preise und freie Termine online, bevor sie eine Werkstatt anrufen.



FairGarage

fairgarage.com · Buchung

Werkstattvergleich der DAT,
vom ZDK empfohlen.



Autobutler

autobutler.de · Anfragen

Kunden schreiben Aufträge
aus, Werkstätten bieten.



mobile.de

mobile.de · Marktplatz

Händlerprofil und Fahrzeugangebote.



AutoScout24

autoscout24.de · Marktplatz

Händlerprofil und Fahrzeugangebote.



Festpreise für Standardleistungen hinterlegen – das erleichtert die Buchung.

Immobilien

Eigentümer wählen Makler zunehmend nach Profil und Bewertungen auf den großen Immobilienportalen.

-  **ImmoScout24**
immobilienscout24.de · Marktplatz
Größtes Immobilienportal, mit Anbieterbewertung.
-  **immowelt**
immowelt.de · Marktplatz
Zweites großes Portal, mit Maklerbewertung.
-  **Kleinanzeigen**
kleinanzeigen.de · Marktplatz
Hohe Reichweite bei privaten Suchenden.
-  **IVD-Maklersuche**
ivd.net · Verzeichnis
Suche nach Mitgliedern des Immobilienverbands IVD.



Nach jedem Abschluss aktiv um eine Bewertung bitten.

B2B & Industrie

Einkäufer suchen Lieferanten gezielt auf B2B-Plattformen – nicht in Verbraucherportalen.

➔ Wer liefert was

wlw.de · Verzeichnis

Führende B2B-Plattform im deutschsprachigen Raum.

➔ Europages

europages.de · Verzeichnis

Europäische B2B-Suchmaschine für Lieferanten.

➔ Kompass

kompass.com · Verzeichnis

Internationales Firmenverzeichnis.

➔ IndustryStock

industrystock.de · Verzeichnis

Lieferantensuche für Industrie und Technik.



Produkte und Leistungen einzeln anlegen, nicht nur das Firmenprofil.

Local Citations $\neq$ Backlinks $\neq$ Link Building

Die Begriffe werden häufig miteinander vermischt, erfüllen im SEO jedoch unterschiedliche Aufgaben. Ein Unternehmenseintrag in einem Branchenverzeichnis ist deshalb nicht automatisch ein wertvoller SEO-Backlink.

Local Citations **LOKALE DATEN**

Erwähnungen eines Unternehmens mit typischen Stammdaten wie Name, Adresse und Telefonnummer. Ein Link kann enthalten sein, ist aber keine Voraussetzung.

Beispiele: Google Unternehmensprofil · Apple Maps · Gelbe Seiten · Das Örtliche

Backlinks **EXTERNE VERLINKUNG**

Anklickbare Links von einer externen Website zur eigenen Website. Für ihren SEO-Wert zählen vor allem Relevanz, Qualität und Kontext – nicht allein die Anzahl.

Ein Verzeichnislink ist daher nicht automatisch ein hochwertiger SEO-Link.

Link Building **GEZIELTER AUFBAU**

Gezielter Aufbau relevanter externer Verlinkungen, etwa über Branchenverbände, Partner, Fachmedien oder regionale Veröffentlichungen.

Ziel: passende Verlinkungen mit fachlichem oder regionalem Bezug – nicht möglichst viele Verzeichniseinträge.

! Die wichtigste Unterscheidung

100 Branchenbucheinträge $\neq$ 100 wertvolle SEO-Backlinks

Portaleinträge können für lokale Auffindbarkeit, konsistente Unternehmensdaten und Kundenkontakte sinnvoll sein – auch wenn daraus kein relevanter Backlink entsteht.

Zusammengefasst: Relevanz schlägt Masse.

Lokale Sichtbarkeit entsteht nicht durch möglichst viele Einträge, sondern durch eine klare Auswahl relevanter Plattformen, verlässliche Unternehmensdaten und konsequente Pflege.

1. FUNDAMENT

Basisplattformen zuerst

Google Unternehmensprofil, Apple Business Connect und Bing Places bilden für viele Unternehmen die wichtigste Grundlage.

3. RELEVANZ

Gezielt statt wahllos ergänzen

Bewertungs- und Branchenportale sind dann sinnvoll, wenn Zielgruppe, Nutzen und Pflegeaufwand zum Unternehmen passen.

2. KONSISTENZ

Daten müssen übereinstimmen

Name, Adresse, Telefon, Öffnungszeiten, Kategorien und Leistungen sollten überall korrekt und konsistent gepflegt sein.

4. SEO-EINORDNUNG

Einträge sind nicht gleich Backlinks

Local Citations, Portaleinträge und klassisches Link Building erfüllen unterschiedliche Aufgaben und sollten getrennt bewertet werden.

DIE KERNAUSSAGE

Wenige relevante, vollständig gepflegte Profile schaffen mehr Nutzen als viele unvollständige oder unpassende Einträge.



Kontakt

Sie möchten wissen, auf welchen Plattformen Ihr Unternehmen bereits korrekt vertreten ist und wo tatsächlich Optimierungspotenzial besteht?

Wir prüfen Ihre vorhandenen Unternehmensprofile, erkennen fehlende oder widersprüchliche Daten und priorisieren die Plattformen, die zu Standort, Branche und Zielgruppe passen.



Webdesign & Online-Marketing



www.x-internetdienste.com



info@x-internetdienste.com



+49 (0) 221 450 9 55 99