

Local SEO für lokal agierende Unternehmen – vom kleinen Café bis zum internationalen Filialisten-Konzern



whitepress®
SEO Vibes
ON TOUR

BERLIN



Sven Deutschländer

dskom digital.marketing.agentur

Unser Ziel: Mehr Umsatz und Gewinn

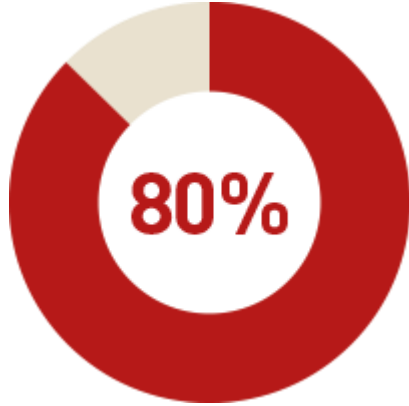


Umsatz ist das Ziel:
Lead-Generierung,
sofortiger Abverkauf

Fokus auf klares Ziel:
Führung der Nutzenden,
Handlungsaufforderung

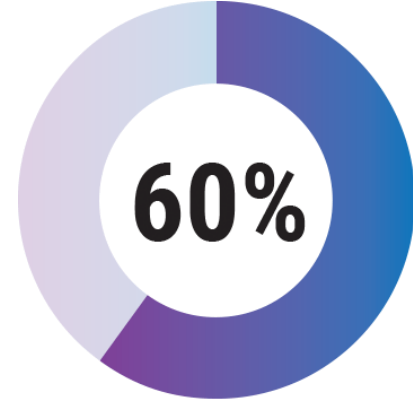
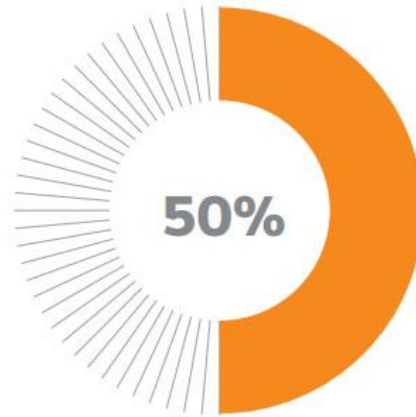
Marke immer mitdenken.
Doch reine Markenpflege
für KMU kein Primärziel.

Lokale Findbarkeit ist Schlüssel zum Erfolg



Lokale Adressen
Öffnungszeiten
Produktverfügbarkeiten
Routenplanung

Lokal Suchende
kommen oft binnen
24h ins Geschäft



Lokal Suchende
nutzen Ads mit
lokalen Informationen
(Adresse, Telefonnummer)

Google Business Profile ist Ausgangspunkt



dskom digital.marketing.agentur

5,0 ★★★★★ 133 Rezensionen ⓘ ⋮

Online-Marketing-Unternehmen in Berlin

Website

Route

★ Rezensionen

📌 Speichern

🔗 Teilen

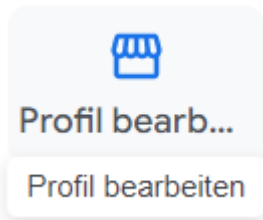
☎️ Anrufen

Adresse: [Reginhardstraße 34, 13409 Berlin](#)

Öffnungszeiten: Geschlossen · Öffnet Mo um 09:00 ▼

Telefon: [030 49907084](tel:03049907084)

SEO-relevante Aspekte im GBP



← Unternehmensinformationen

Info

Kontakt

Standort

Öffnungszeiten

Mehr

Informationen zum Unternehmen

Unternehmensname

dskom GmbH

Unternehmenskategorie

Online-Marketing-Unternehmen **PRIMÄR**

Marketingberater

Marketingbüro

Weiterbildungszentrum

Werbeagentur für Postwurfsendungen

Werbeartikelanbieter

Beschreibung

Die dskom GmbH ist eine Direktmarketing- und Online-Marketing-Agentur.

Exakter Firmenname
ohne SEO-Zusätze,
ohne Ortsnamen,
identisch mit Impressum

Adresse
Telefonnummer
Öffnungszeiten
zentrale Informationen
webweit identisch

Kategorie & Firmenname



Profil bearb...

Profil bearbeiten



dskom GmbH

Marketingberater
Online-Marketing-Unternehmen

Reginhardstraße 34 13409 Berlin

Einzugsgebiet hinzufügen

Montag	09:00–18:00
Dienstag	09:00–18:00
Mittwoch	09:00–18:00
Donnerstag	09:00–18:00
Freitag	09:00–18:00
Samstag	Geschlossen
Sonntag	Geschlossen

030 49907084

Spezielle Öffnungszeiten

Geben Sie Öffnungszeiten für die Tage ein, an denen die Geschäftszeiten von den regulären abweichen

Karfreitag
18.04.2025 [Bearbeiten](#)

Ostermontag
21.04.2025 [Bearbeiten](#)

Tag der Arbeit
01.05.2025 [Bearbeiten](#)

Weitere Öffnungszeiten hinzufügen

- [+ Abendessen](#) [+ Abholung](#) [+ Brunch](#) [+ Drive-in](#) [+ Frühstück](#)
- [+ Happy Hours](#) [+ Küche](#) [+ Lieferservice](#) [+ Mittagessen](#)
- [+ Online-Geschäftszeiten](#) [+ Zeiten für Risikogruppen](#) [+ Zugang](#)
- [+ Zum Mitnehmen](#)



Website

<http://www.dskom.de/>

URL für Termine

<http://www.seo-profi-berlin.de/seo/gruppen-seminare.php>



Eröffnet am 1. März 2013

Kategorie, Firmenname & Beschreibung



Profil bearb...

Profil bearbeiten



dskom GmbH

Marketingberater
Online-Marketing-Unternehmen

Reginhardstraße 34 13409 Berlin

Einzugsgebiet hinzufügen

Montag	09:00–18:00
Dienstag	09:00–18:00
Mittwoch	09:00–18:00
Donnerstag	09:00–18:00
Freitag	09:00–18:00
Samstag	Geschlossen
Sonntag	Geschlossen

030 49907084



Die dskom GmbH ist eine Direktmarketing- und Onlinemarketing-Agentur.

Im Service-Bereich kümmern wir uns um das Fax- und E-Mail-Marketing von KMU aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Desweiteren bieten wir Projektarbeit zur Suchmaschinenoptimierung von Websites an, richten Werbung bei Google, Bing und Facebook ein. Ein spezialisierter Geschenke- und Werbeartikel-Service rundet unser Angebot ab.

Attribute

Nur Attribute, die Sie bearbeiten können, werden unten angezeigt. [Weitere Informationen](#)

Highlights

Von Frauen geführt

ABBRECHEN ÜBERNEHMEN

Hinweis: Änderungen werden unter Umständen vor der Veröffentlichung auf ihre Qualität überprüft. Dies kann bis zu drei Tage dauern. [Weitere Informationen](#)

Ausstattung

Ohne Unisex-Toilette

Barrierefreiheit

Kein rollstuhlgerechtes WC
Rollstuhlgerechte Sitzgelegenheiten

Planung

Kein Termin erforderlich

Der Firmenname hat enorme Ranking-Kraft



kaum optimiert

kann auch funktionieren
Impressum „optimieren“
einmaliger smarter Move



überoptimiert

funktioniert zuweilen noch
Tanz auf der Rasierklinge
Never change a running ...



teiloptimiert

guter Kompromiss bei
optimiertem Impressum
Please Do Not Touch



Der Firmenname hat enorme Ranking-Kraft



kaum optimiert

kann auch funktionieren
Impressum „optimieren“
einmaliger smarter Move



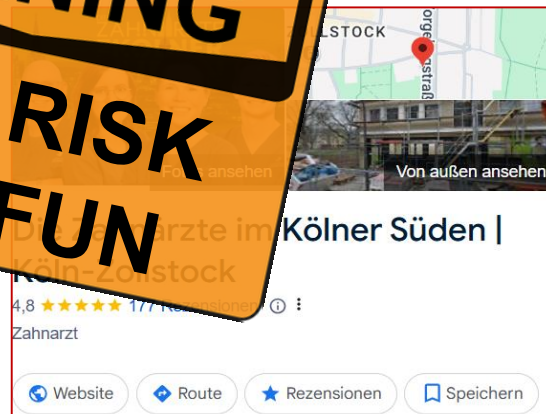
überoptimiert

funktioniert zuweilen noch
Tanz auf der Rasie
Never change a running shoe

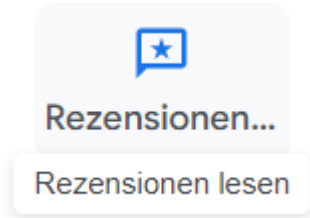


teiloptimiert

guter Kompromiss bei
optimiertem Impressum
Not Touch



Bewertungen sind erfolgskritisch



dskom GmbH
Reginhardstraße 34, Berlin

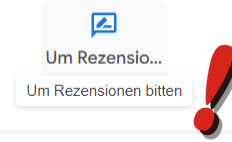
5,0 ★★★★★ 104 Rezensionen
Rezensionen werden nicht überprüft. ⓘ

Wird oft erwähnt

Alle seminar 35 google ads 21 workshop 13 wissen 13 + 6

Sortieren nach

Relevanteste Neueste Höchste Niedrigste



← Mehr Rezensionen erhalten ⋮ ×

Stellen Sie für Kunden einen Link zu einem Formular bereit, auf dem sie Rezensionen zu Ihrem Unternehmen bei Google hinterlassen können

Rezensionen schaffen Vertrauen und sorgen dafür, dass sich Ihr Unternehmen in der Suche und auf Maps von anderen abhebt

E-Mail WhatsApp Facebook

Rezensionslink
<https://g.page/r/CUbpAjkKI-isEB0/review>

QR-Code für Rezensionen mit Kunden teilen

Rechtsklicken und „Bild speichern unter...“ auswählen, um den QR-Code mit Kunden zu teilen



Immer auf Bewertungen antworten?
bei negativen Reviews immer, immer, immer
deeskalierend und lösungsorientiert reagieren

bei positiven Reviews „keyword-optimiert“,
ohne Textbausteine – nur, wo es sich anbietet

Bewertungen sind Entscheidungsgrundlage

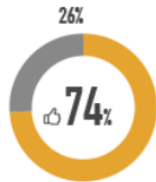
Bewertungen einfordern
selektiv
strukturiert
direkt nach dem Kauf

Negatives Feedback
immer beantworten
für verärgerten Kunden
und künftige Kunden

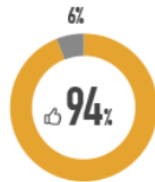
Spam-Bewertungen
melden, immer wieder
melden lassen: Local Guides
Anwalt nehmen

✓ Proven Expert

Durchschnittlicher
Anteil **positiver** und
negativer Bewertungen



passiv erhaltenen Bewertungen,
z.B. auf klassischen Bewertungsportalen



aktiv gesammelten Bewertungen,
z.B. mit Kundenfeedback-Service

Was wirkt glaubwürdiger?

4,5 ★★★★★ 1.018 Google-Rezensionen

5,0 ★★★★★ 99 Google-Rezensionen



Google Bewertung löschen - Schütze Deinen Ruf im Internet

Es gibt mehrere Wege, um professionell mit einer negativen **Bewertung** umzugehen. Nutze die kostenlose Erstberatung, damit wir den passenden Weg für Dich finden.

[Die Preise](#) · [Die Kontaktdaten](#)

Fotos werden krass unterschätzt



Foto hinzufü...

Foto hinzufügen

1

Stockfotos

besser nicht nutzen.
Google wünscht sich Bilder
aus dem wahren Leben!

2

Warum nicht meine

User-Fotos etwa beliebter?
Eigene Bilder oft von
schlechterer Qualität!

3

Bilder mehrfach

nutzen? Kein Problem!
Duplicate Content gibt es
in der Bilder-Welt nicht.

4

Alte Fotos löschen?

Unbedingt! Du möchtest
Maps-Usern doch keinen
veralteten Kram zeigen.

Fotos sind für Nutzer Entscheidungsgrundlage



Foto hinzufü...

Foto hinzufügen

Die eigenen Bilder im besten Licht erscheinen lassen

Logo: quadratisch,
min. 720px Seitenlänge

auch gezoomt genutzt

Bilder: rechteckig,
min. 1.200px lange Seite

Bildunterschrift ()

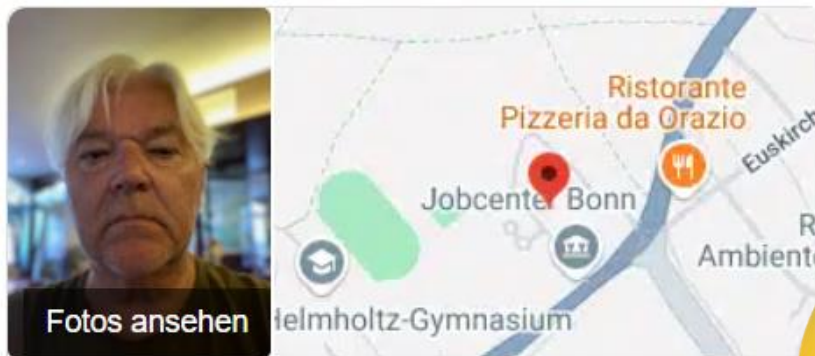
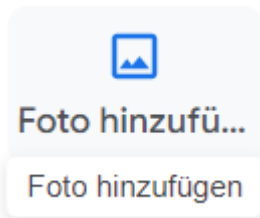
Geo-Tagging aktiv nutzen

keinen Text draufschreiben

regelmäßig neue Bilder

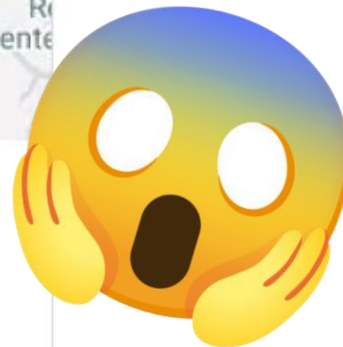
Wer das nicht schafft, geht das Risiko ein, dass Google Nutzerfotos den Vorzug gibt :-/

Fotos von Nutzern sind oft 🤡



Juristische Fachseminare, eine
Marke der Juristische
Fachmedien Bonn GmbH

Berufsschule in Bonn



Website



Route



Speichern

Dienstleistungen schlaue Google auf



Dienstleistun...

Dienstleistungen bearbeiten



dskom GmbH

Online-Marketing-Unternehmen
Marketingberater
Marketingbüro
Weiterbildungszentrum
Werbeagentur für Postwurfsendungen
Werbeartikelanbieter

Leistungen

Online-Marketing-Unternehmen
SEO Agentur Berlin
Agentur Suchmaschinenoptimierung Berlin
SEA Agentur Berlin
Google Ads Agentur Berlin
Social Media Marketing Agentur Berlin
Facebook Marketing Agentur Berlin

Marketingberater

E-Mail-Marketing Beratung
SEO-Beratung
Google Ads Beratung
Social Media Marketing Beratung
Webanalyse-Beratung
Google Tools Beratung
Online-Marketing Beratung

So gelangen wertvolle Infos mit
Keywords direkt zu Google

Weiterbildungszentrum

SEO Grundlagen-Seminar

439,00 €

Grundlegendes Wissen für die Suchmaschinenoptimierung von Websites - Schwerpunkte: OnPage- und OnSite-Optimierung, technische und redaktionelle Optimierung für optimale Suchmaschinen-Rankings.

Google Ads Grundlagen-Seminar

399,00 €

Grundlegendes Wissen für die Schaltung von Google Ads in der Google Suche - Schwerpunkte: Konto-Aufbau, Keywords-Recherche, Anzeigentext-Erstellung und Optimierungstipps vom zertifizierten Google Ads Profi.

Facebook-Marketing Intensiv-Seminar

499,00 €

Intensives Know-how rund um das optimale Social Media Marketing mit Facebook - Schwerpunkte: Aufbau Fanpage, Fan-Generierung, zielgruppen-gerechtes Posten, Nutzung des Werbeanzeigen-Managers, Analysieren der Facebook-Statistiken

Aaaah ... deshalb sind Kategorien wichtig!

PlePer Tools

Google Business Profile
Categories - Full List

- Currently there are **3871** Google Business Profile Categories from which you can choose
- Tab separated

All records per page

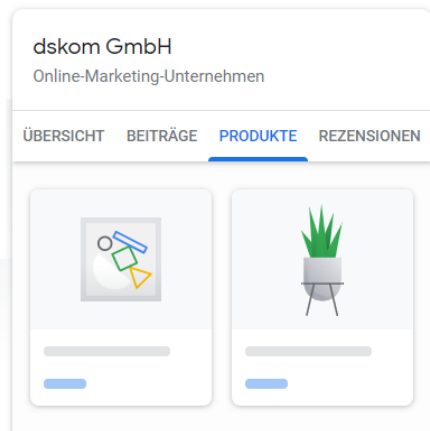
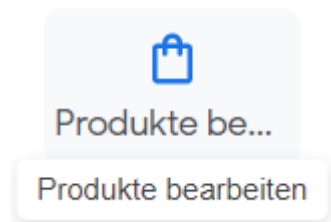
GCID	Category Name
aadhar_center	Aadhaar-Zentrum
abarth_dealer	Abarth-Händler
abbey	Abtei
aboriginal_and_torres_strait_islander_organisation	Organisation der Aborigines und Torres-Strait
aboriginal_art_gallery	Galerie für Aboriginalkunst
abortion_clinic	Klinik für Schwangerschaftsabbrüche

PlePer Tools

https://pleper.com/index.php?do=tools&sdo=gmb_categories



Produkte schlaun Google auf



1.263 potenzielle Kunden haben Ihr Unternehmen im letzten Monat bei Google gefunden. Diesen Nutzern können Sie Ihre Produkte kostenlos präsentieren!

Jetzt starten

Produktname

Produktbild

Kategorie (Freifeld)

Preis (Option)

Produktbeschreibung

Schaltfläche mit Link

Produkte sind Entscheidungshilfen



Produkte be...

Produkte bearbeiten

Beratung



Rhetorik Training



Präsentationstraining ...



Coaching für Führungs...



Executive Sparring

Coaching



Onboarding Coaching



Konfliktgespräch Coac...



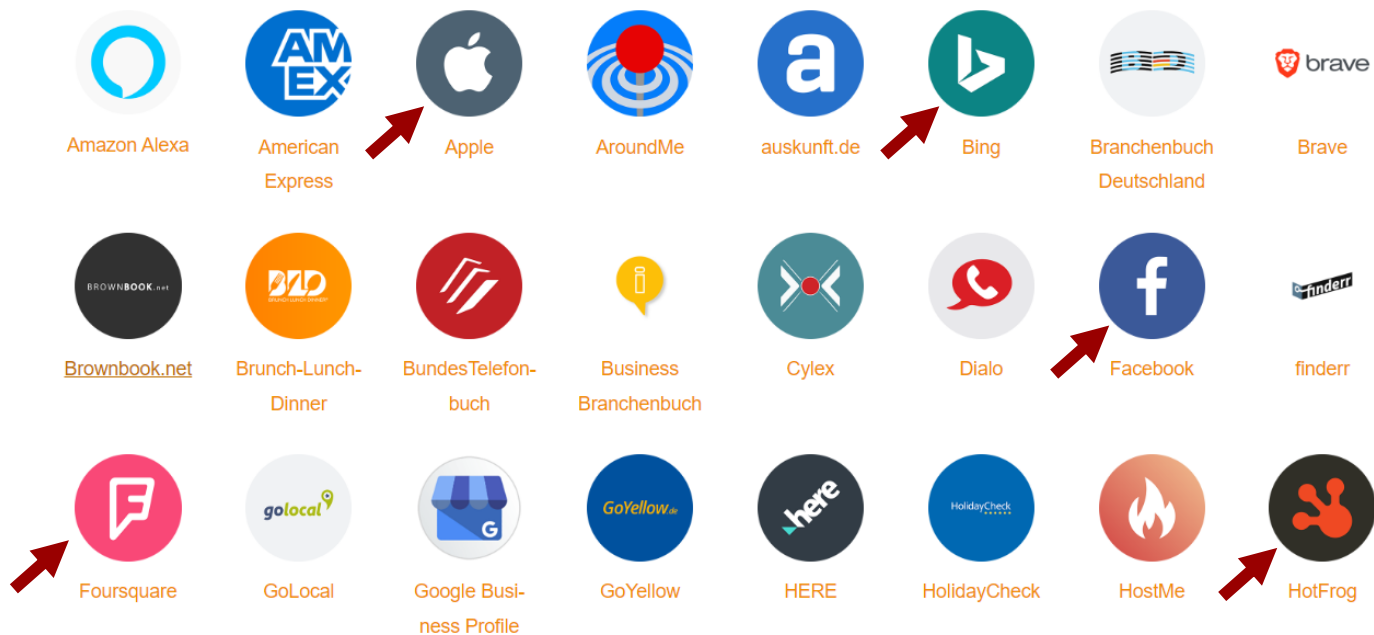
People-Leadership Co...



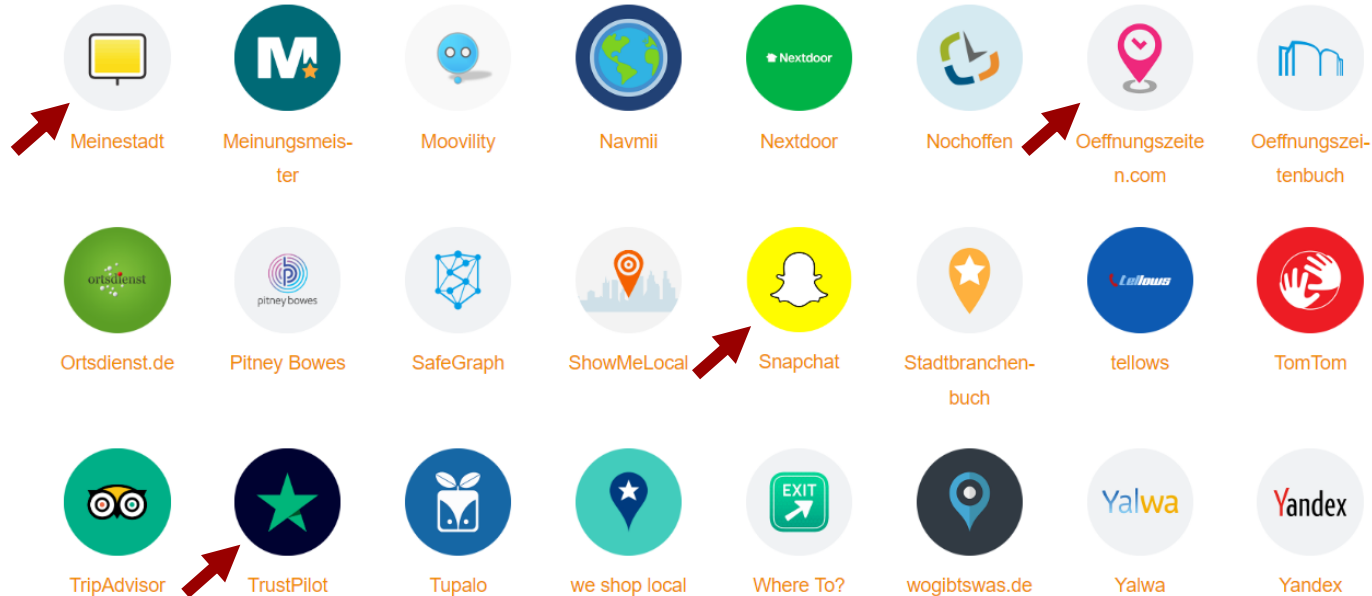
Self-Leadership Coach...

Tutorial: <https://youtu.be/2oYK9C2J6VM>

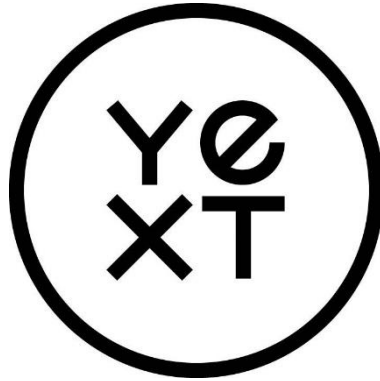
Local Citations sind die Backlinks in Local SEO



Firmen- & Branchenverzeichnisse + Maps



Zentrale Steuerung über Tools macht Sinn



Local Listing Services: Leider alle nur als Abonnement nutzbar ☹️

Local SEO-Maßnahmen für die Website

Adresse und Telefonnummer des Unternehmens auf der **Startseite**

=> und auf jeder Seite => am besten in den Footer damit

Firmenname und Ort in

<title>, Meta-Description, Hx-Elemente und Fließtext der Startseite

=> Der **Seitentitel** ist hier das stärkste Element

Meta-Tag mit Geodaten in Meta-Daten der Startseite

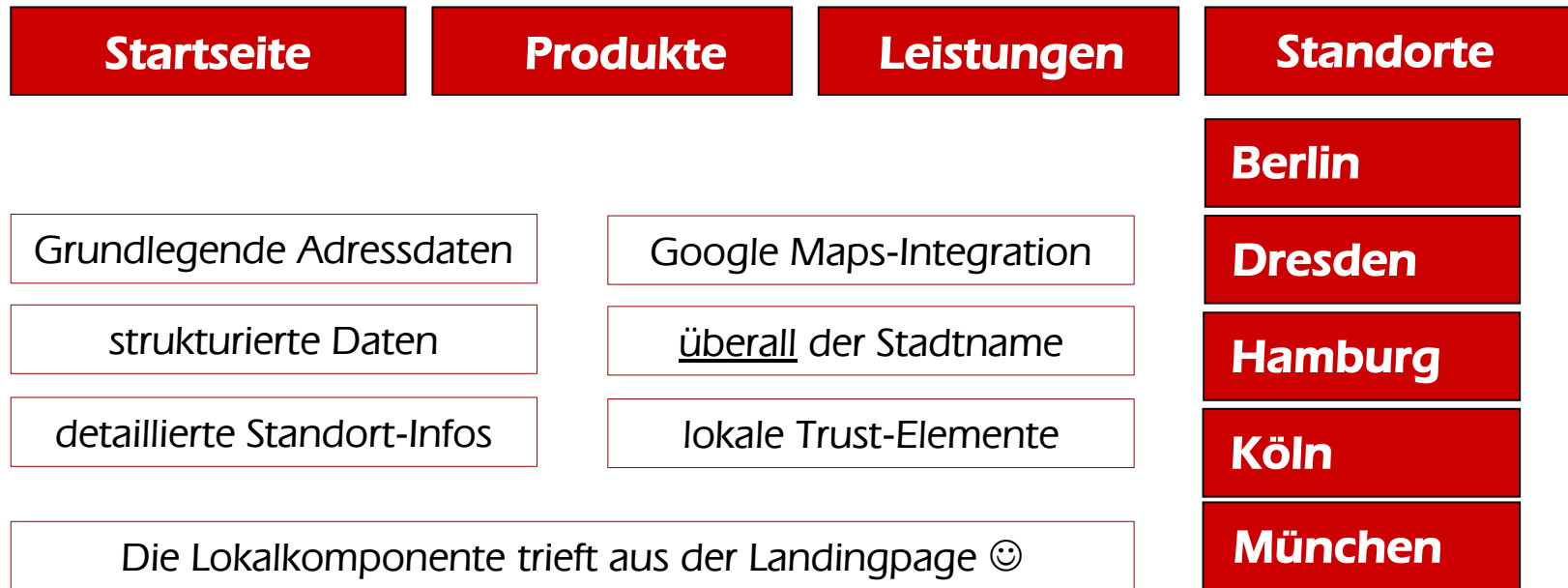
=> <meta name="geo.region" content="DE-BE" />

=> <meta name="geo.placename" content="Berlin" />

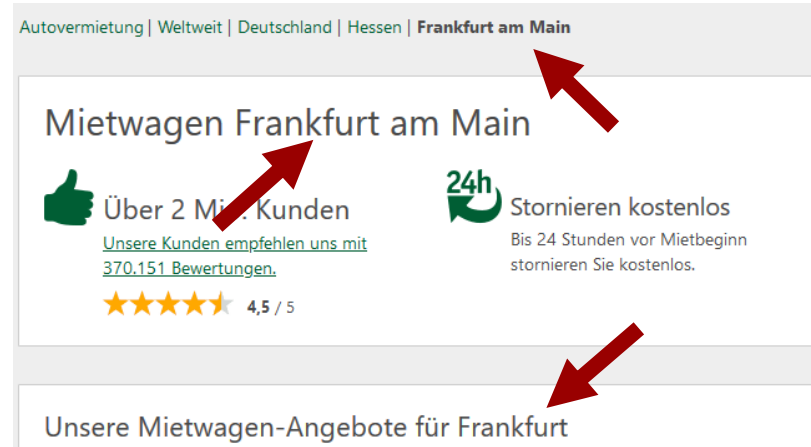
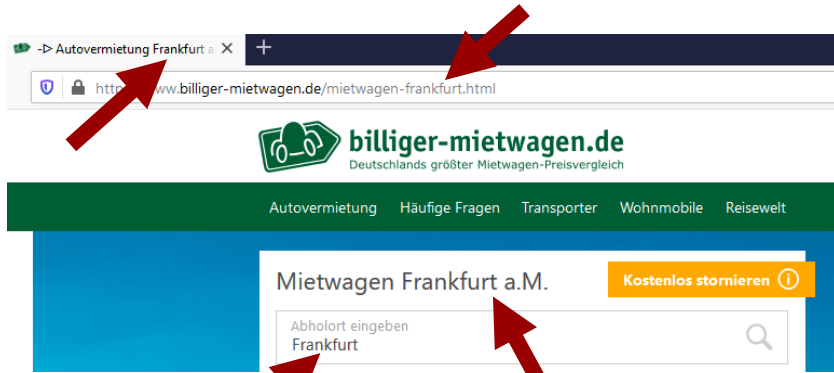
=> <meta name="geo.position" content="52.560066;13.383302" />

=> <https://www.geo-tag.de/generator/de.html>

Optimale Website-Struktur für Filialisten



Die Lokalkomponente macht den Unterschied



www.billiger-mietwagen.de > **mietwagen-frankfurt**

-> **Autovermietung Frankfurt ab 11 €** | billiger-mietwagen.de

★★★★★ Bewertung: 80 % - 5.214 Rezensionen - 11,00 € bis 12,00 €

Die Preisentwicklung für einen **Mietwagen in Frankfurt am Main** zeigt einige wenige Auf- und Abs. So sind die Kosten von September bis November ...

Strukturierte Daten sind ein Muss

In Quellcode der Website einbinden (ggf. Plugin nutzen)

=> Schema Mark-up für LocalBusiness nutzen

=> <https://schema.org/LocalBusiness>

Drei Formate verfügbar: Micro data, RDFa, JSON-LD

=> JSON-LD wird am häufigsten verwendet

Schemata sehr granular nutzbar

=> Beauty Business: Day Spa bis Nagelstudio

=> Medical Business: Apotheke bis Zahnarzt

=> Lodging Business: Zeltplatz bis Hotel

=> Legal Service: Rechtsanwalt, Notar

=> Entertainment: Kino, Freizeitpark, Galerie

```
<script type="application/ld+json">
{
  "@context": "http://schema.org",
  "@type": "Hotel",
  "name": "ACME Hotel Innsbruck",
  "description": "A beautifully located business hotel right in the",
  "address": {
    "@type": "PostalAddress",
    "addressCountry": "AT",
    "addressLocality": "Innsbruck",
    "addressRegion": "Tyrol",
    "postalCode": "6020",
    "streetAddress": "Technikerstrasse 21"
  },
  "telephone": "+43 512 8000-0",
  "photo": "http://www.acme-innsbruck.at//media/hotel_front.png",
  "starRating": {
    "@type": "Rating",
    "ratingValue": "4"
  },
  "priceRange": "$100 - $240"
}</script>
```

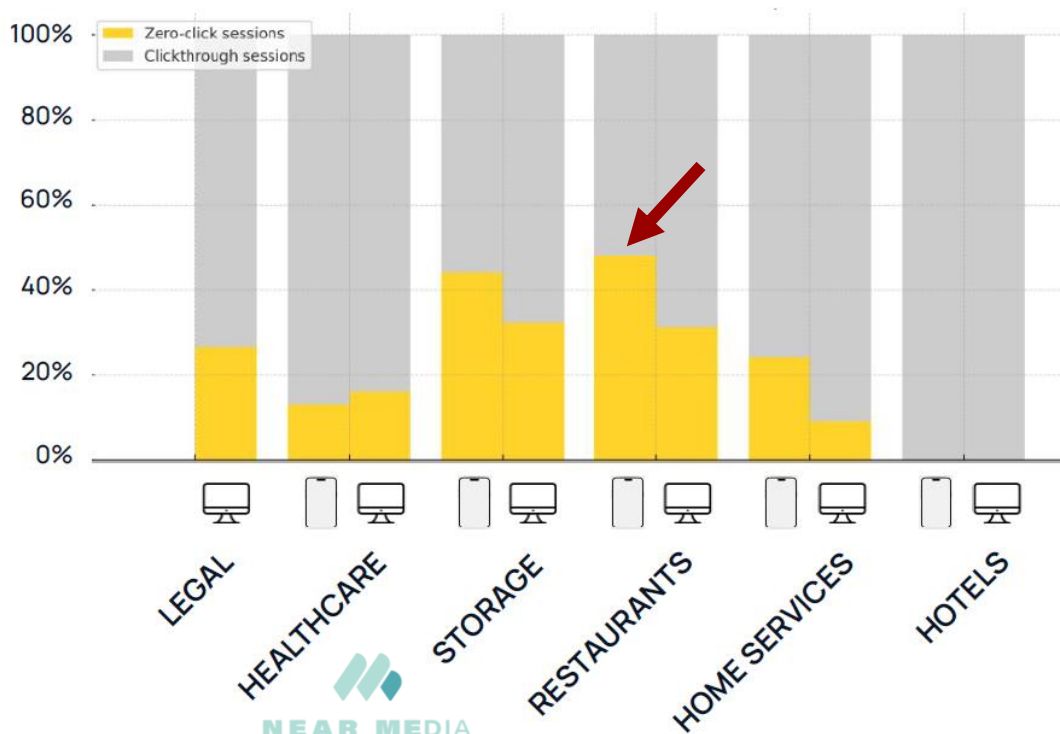
Wofür tun wir SEOs all das eigentlich?

In 2024, what happens after **Europeans** search

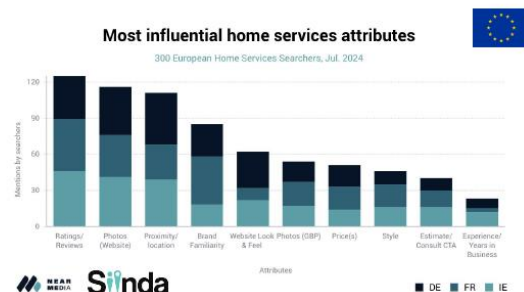
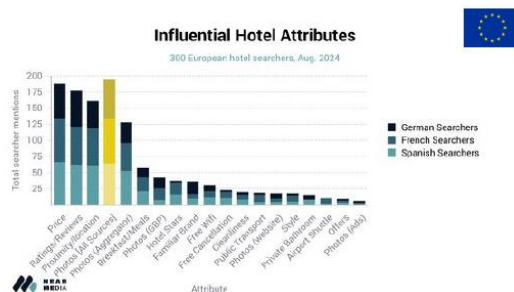
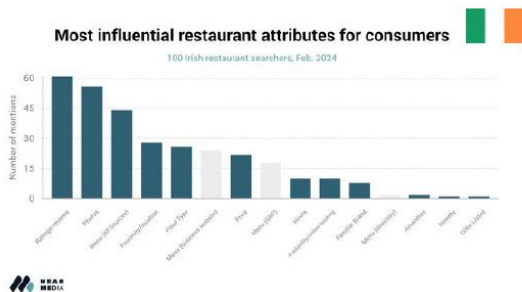


* Use of ad blockers may impact paid CTR calculations

Das ist bei lokalen Suchen nicht anders?



Und wo landen Klicks, wenn geklickt wird?



Consistently most-influential attributes

Reviews & ratings
Photos (though the WHERE varies)
Map/proximity/location

Industry-specific attributes

Price (hotels)
Menu (restaurants)

Local Search
Behavior on
Google

Google's
Local Search
Behavior

Also SEO ohne Klicks – das ist doch sinnlos!?!

Klickrate in restlichen 40 %

Nutzerführung

Technische Verfügbarkeit

Conversion-Rate

Website-Hygiene

G*Ads Quality Score

Usability

Umsatz & Gewinn

Suchmaschinenoptimierung ist eine
Querschnittsdisziplin
über alle Online-Marketing-Kanäle hinweg

SEO als Silo macht schon länger keinen Sinn!



1

Website-Optimierung für Google – mit ständigem Update-Risiko

2

Andere Suchmaschinen – Bing, Ecosia, DuckDuckGo (zusammen 5-10 %)

3

Organic Social – meist schwer unter Druck, von Plattformen nicht gewollt

4

GenAI-Tools – Nutzung erfordert sehr oft keine externen Verweise

5

Audio & Video: Podcast, YouTube, Reels, Shorts & TikTok's in Plattform gefangen

Nutzt die Macht der SEO für alle Kanäle

6

Google Ads: SUCHE + Performance Max + Demand Gen.

7

Microsoft Ads: Bing + Retargeting im MS Network (z.B.: Ecosia & DuckDuckGo).

8

Meta Ads: Zielgruppen-fokussierte Werbung auf Instagram, Facebook, Messenger.

9

LinkedIn Ads: Für B2B-Geschäftsmodelle fast unverzichtbar im Marketing-Mix.

10

Special Ads: Pinterest, XING, Digital-Out-of-Home, RTL Local TV-Ads ...

Unterstützt den Aufbau eigener Kanäle

11

E-Mails: Newsletter, Aktionen, Segmentierung, Personalisierung.

12

Messenger: SMS-Aktionen, WhatsApp-Newsletter & WhatsApp-Kanal.

13

CRM: Interessenten (MQL => SQL), Bestandskunden (Cross- / Up-Selling).

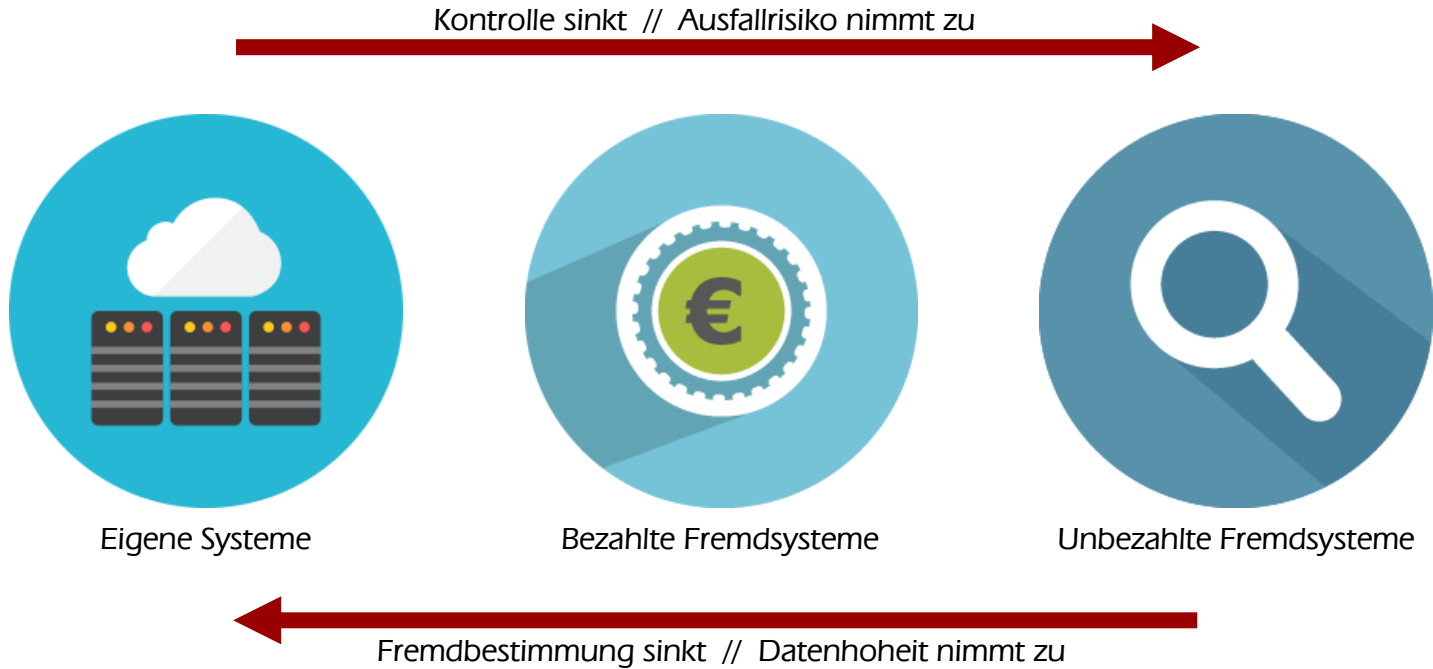
14

Vertrieb: Kunden anrufen. Kunden anrufen. Kunden anrufen.

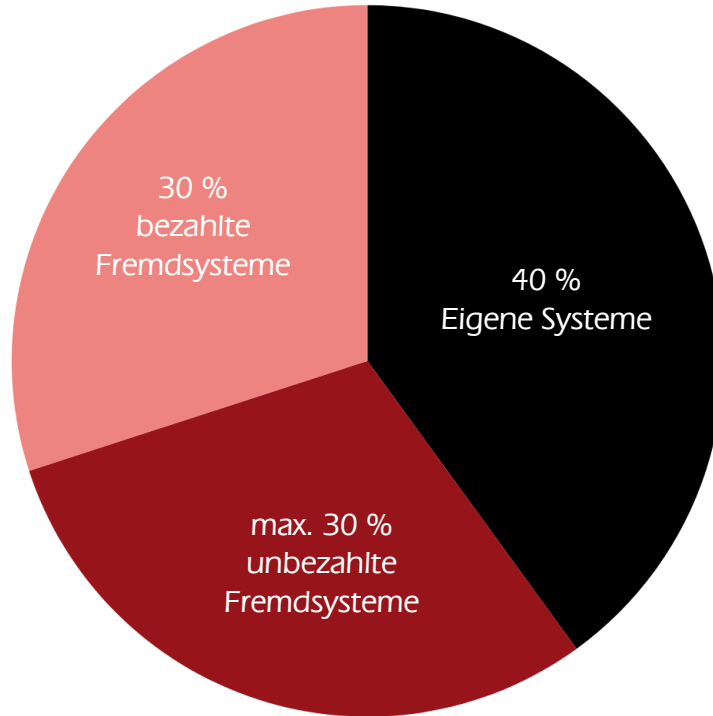
15

Service: Nachkauf-Bewertungen! Zufriedenheit? Weitere Wünsche?

Macht euch so unabhängig wie möglich

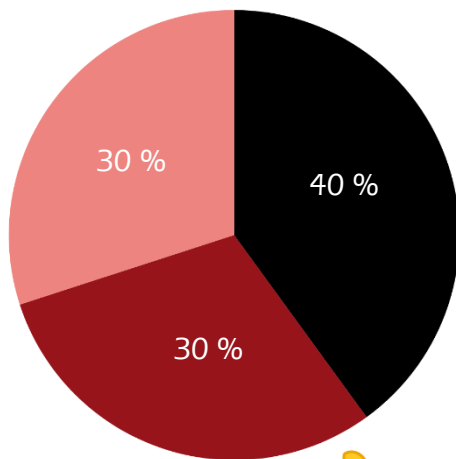


100 % Marketing-Erfolg mit der 40/30/30-Formel



Wie clever setzt ihr eure SEO-Skills schon ein?

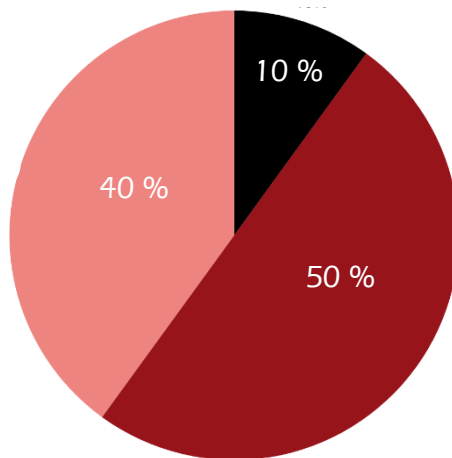
Eigene Systeme



Clever



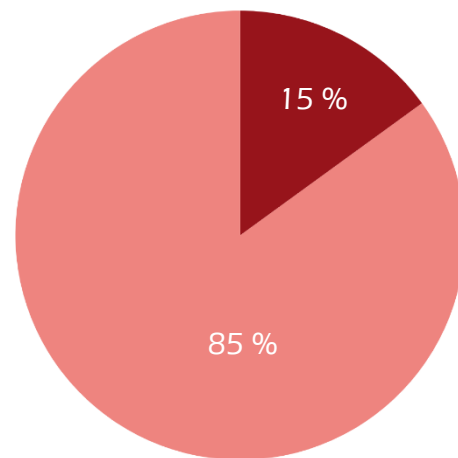
bezahlte Fremdsysteme



Auch clever



unbezahlte Fremdsysteme



Nicht clever



Clever sein – Das ist dein Teil der Verantwortung

Definitionen von [Oxford Languages](#)



Ver·ant·wor·tung

/Verantwortung/

Substantiv, feminin [die]

- 1a.[mit einer bestimmten Aufgabe, einer bestimmten Stellung verbundene] Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass (innerhalb eines bestimmten Rahmens) alles einen möglichst guten Verlauf nimmt, das jeweils Notwendige und Richtige getan wird und möglichst kein Schaden entsteht
"eine schwere, große Verantwortung"
- 1b.[ohne Plural]
Verpflichtung, für etwas Geschehenes einzustehen [und sich zu verantworten]
"er trägt die volle, die alleinige Verantwortung für den Unfall, für die Folgen"

Ähnlich

1. Gewissenhaftigkeit Moral Pflichtbewusstsein Pflichtgefühl Pflichttreue
2. Garantie Gewährleistung Haftbarkeit Haftung Schuld Verantwortlichkeit

Andere Menschen verlassen sich auf dich!

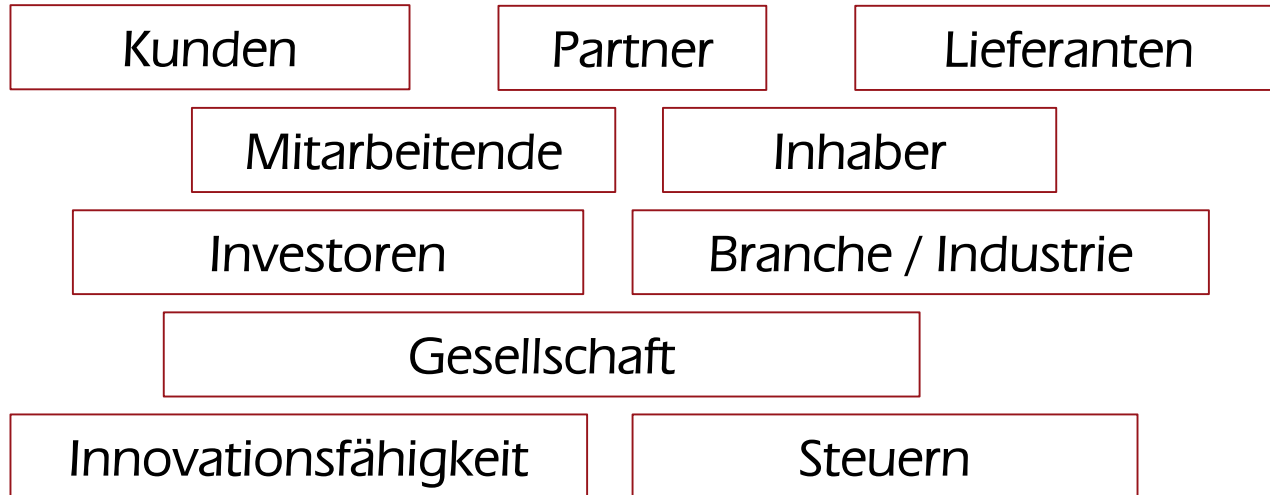
Definitionen von [Oxford Languages](#)



Ver·ant·wor·tung

/Verantwortung/

Substantiv, feminin [die]



Plant eure Marketing und habt ein Budget!

Unternehmenstyp

Margenschwaches Sortiment

KMU (8-15 % Gewinn)

auf Expansion ausgerichtet

3 % bis 5 %

5 % bis 10 %

10 % bis 20 %

Marketing-Budget in % des Jahresumsatzes

Beispielrechnung für ein klassisches KMU

Jahresumsatz = 1.000.000 EUR



Marketingbudget = 50.000 EUR bis 100.000 EUR

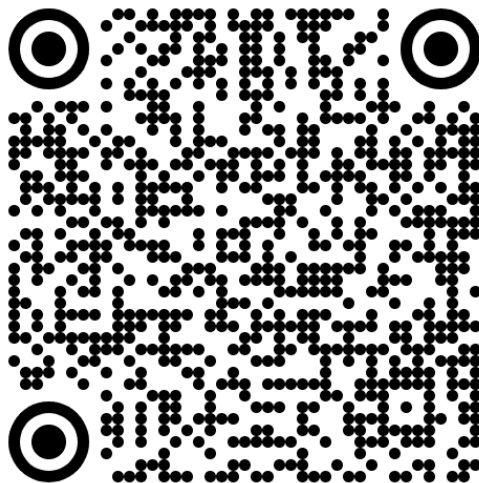
Jahresumsatz = 3.000.000 EUR



Marketingbudget = 150.000 EUR bis 300.000 EUR

Naaaaaaaa – alles gemerkt und mitgeschrieben?

Nein!? Musste auch gar nicht 😊 Du kannst dir die Folien zu diesem Vortrag ganz einfach von unserer Website herunterladen!



<https://tinyurl.com/dskom-slides>

Cheat Sheet abgreifen: 30-Tage-Plan fürs GBP

Der 30-Tage Optimierungs-fahrplan für dein Google Maps Profile

dskom
digital.marketing.agentur

Erfülle 30 Tage lang jeden Tag eine Aufgabe rund um das Google Business Profile deines Unternehmens und Sorge damit dafür, dass dein Geschäft besser denn je lokal und regional gefunden wird!

Tag 1
Kategorien klug auswählen

- Nutze das PiePer-Tool „Google Business Profile Categories – Full List“ zur Recherche aller potenziell für dein Geschäft / Geschäftsmodell in Frage kommenden Kategorien:
https://clever.com/index.php?id=tools&id=googlemb_categories
- Bestimme eine dieser Kategorien zur „Primären Kategorie“. Trage diese Kategorie bei „Profil bearbeiten“ im Admin-Bereich des Google Business Profile ein.
- Füge alle anderen ermittelten Kategorien als „Weitere Kategorie“ hinzu.

Online-Marketing-Unternehmen
Marketingberater
Marketingbüro
Werbelösungszentrum
Werbegestaltung für Postwurfsendungen
Werbekundenberater

dskom
digital.marketing.agentur

digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4900 7084 | www.dskom.de

Tag 21 - 30

Branchenbuch-Einträge pflegen

- Trage dein Geschäft an jedem der folgenden 10 Tage in ein Firmenverzeichnis ein. Prüfe vor einem Neueintrag stets, ob dein Geschäft schon eingetragen ist – dann übernimm den bestehenden Eintrag und aktualisiere ihn. Belasse es bei einem kostenfreien Grundeintrag – dies reicht aus. Beginne heute mit <https://web24.de/de>
- Nimm' dir am 22. Tag einen Eintrag auf GoYellow vor:
<https://www.goyellow.de>
- Lege am 23. Tag einen Eintrag bei Bing Places an:
<https://www.bingplaces.com>
- Den 24. Tag nutze für einen Eintrag bei Hotfrog: <https://www.hotfrog.de>
- Am 25. Tag trage dein Geschäft bei meineStadt ein:
<https://www.meinestadt.de>
- Der 26. Tag gehört den Gelben Seiten:
<https://www.gelbeseiten.de>
- Am 27. Tag steht das BranchenbuchDeutschland an:
www.branchenbuchdeutschland.de
- Nimm' den 28. Tag fürs StadtBranchenbuch:
<https://www.stadtbranchenbuch.com>
- Der 29. Tag wird für Öffnungszeiten.com genutzt:
<https://www.oeffnungszeiten.com>
- Lege am 30. Tag das Geschäft in einem branchenbezogenen Firmenverzeichnis an. Google dafür deine Branche und trage dich im bestplatzierten Branchenportal ein – als Anwalt könnte sich dies bei anwalt.de lohnen, als Physiotherapeut könnte therapeuten.de das passende Portal sein.

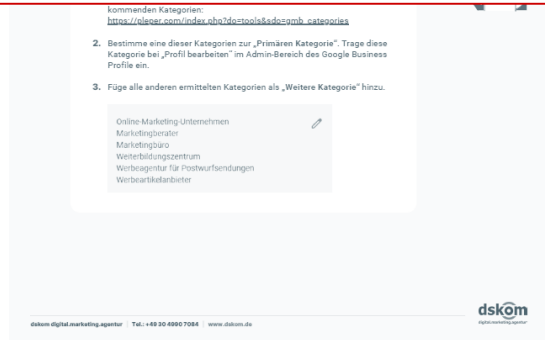
dskom
digital.marketing.agentur

digital.marketing.agentur | Tel.: +49 30 4900 7084 | www.dskom.de

Cheat Sheet abgreifen: 30-Tage-Plan fürs GBP



Einfach per E-Mail anfordern: sd@dskom.de
8-seitiger Ratgeber mit 30-Tage-Fahrplan für das Google Maps-Profil



Take Aways – Drei Gedanken zum Mitnehmen

1

Local SEO

Google Business Profile
Local Citations
Website-Optimierung

2

Nicht alle Eier ...

in einen Korb, sagt Oma.
Organischer Traffic darf
nicht einziges Ziel sein.

3

Kluges Online-Marketing

sorgt für Traffic aus mind.
fünf, besser zehn Quellen.
Google nur ein Baustein.



Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?



white*press*[®]



Sven Deutschländer
dskom digital marketing agentur
Founder and CEO

NAZWA FIRMY