



SEO-Optimierung für Rechtsanwaltskanzleien

Wie werden Mandanten auf Sie aufmerksam?

SEO-Optimierung ist eines dieser Zauberwörter aus dem Marketing, an dem Sie auch als Anwalt nicht vorbeikommen, wenn Sie sich mit dem Thema beschäftigen. Denn auch, wenn Sie alle operativen Aufgaben anderen überlassen, gibt es doch einige Begriffe, deren Bedeutung Sie in Grundzügen kennen sollten. SEO ist eines davon.

Denn bei der Frage, wie potentielle Mandanten auf Sie und ihre Kanzlei aufmerksam werden können, steht eine Antwort ganz oben auf der Liste: Über das Internet. Viele Wege, wie Anwälte im Internet gefunden werden können, finden Sie im Artikel [Online-Marketing](#). Dieser beschäftigt sich mit dem Thema SEO-Optimierung als einem wichtigen Weg für mehr Sichtbarkeit im Internet.

Suchmaschinenoptimierung für Anwaltswebseiten

Das Akronym SEO steht für Search Engine Optimization und wird übersetzt mit „Suchmaschinenoptimierung“. Wobei dieser Begriff nicht ganz eindeutig ist, denn nicht die Suchmaschine wird optimiert, sondern der eigene Auftritt wird auf die Anforderungen der Suchmaschine hin optimiert. Was hier nach Erbsenzählerei klingt, ist in Wirklichkeit schon ein wichtiger Schritt zum Verständnis: Der Onlineauftritt der eigenen Kanzlei wird so gestaltet, dass das Ziel erreicht wird. Das Ziel von SEO-Optimierung ist es, die eigene Webseite auf einer möglichst hohen Position in den Suchmaschinen zu platzieren. Denn 60% der Nutzer klicken bei ihrer Suche auf das oberste Ergebnis der Ergebnisliste.



Kurzer Exkurs zum Thema Suchmaschinen

Wenn hier von Suchmaschinen die Rede ist, meine ich immer Google. Das liegt an der überwältigenden Marktmacht von derzeit 96%. Sich mit anderen Suchmaschinen wie Bing zu beschäftigen, macht einfach keinen Sinn. Fun Fact am Rande: Der am häufigsten gesuchte Begriff bei Bing ist „Google“.

Wie können Kanzleien SEO-Optimierung betreiben?

SEO-Optimierung besteht ganz allgemein – aber natürlich auch für die Webseiten von Anwaltskanzleien – aus 200 Faktoren. Je mehr und je besser diese einzelnen Faktoren angepasst werden, desto höher wird die Seite gelistet. Dabei sollte man sich vor Augen führen, dass der Erfolg von Google auf der Maxime begründet ist, dem Nutzer immer das beste Ergebnis zu liefern. Deshalb werden die Webseiten oben angezeigt, bei denen Google davon ausgeht, dass der Nutzer seine Suche möglichst schnell beenden kann, weil er findet was er gesucht hat.

Alle Bestrebungen sollten sich also an der Nutzererfahrung, der User Experience ausrichten. Wenn Sie diese im Blick behalten, treffen Sie fast ganz automatisch die richtigen Entscheidungen bei den verschiedenen Faktoren der Suchmaschinenoptimierung.

Die wichtigsten vier Ranking-Faktoren

Die Faktoren können grob untergliedert werden in technische und in inhaltliche Faktoren. Die technischen Faktoren sollten Sie Ihrem Administrator überlassen. Es ist einfach zu zeitraubend, sich damit zu beschäftigen. Die wichtigsten inhaltlichen Faktoren allerdings sollten Sie kennen. Denn auch wenn Sie die Gestaltung Ihrer Internetpräsenz Profis überlassen, ist Ihre Mitarbeit an dieser Stelle fast nicht zu ersetzen.

1. Relevant

Der wichtigste Ranking-Faktor ist die Relevanz. Bietet der Inhalt Ihrer Webseite eine Lösung für das Problem Ihres potentiellen Mandanten? Und ist der Inhalt so dargeboten, dass der Suchmaschinenalgorithmus das erkennen



kann? Die Relevanz richtet sich immer nach der Übereinstimmung der Suche des Nutzers mit Ihrem Angebot. Wenn ein Nutzer nach „Anwalt Arbeitsrecht Düsseldorf“ sucht und Sie Ihre auf Familienrecht spezialisierte Kanzlei in Hamburg haben, macht es weder für den Nutzer noch für Sie besonders viel Sinn, wenn Ihre Webseite angezeigt werden würde. Wenn Sie aber Arbeitsrechtler in Düsseldorf sind, wäre eine Platzierung auf der ersten Seite der Ergebnisliste wünschenswert. Um die Relevanz einer Webseite zu beurteilen, scannt der Algorithmus die Texte auf Ihrer Webseite. Bei hoher Übereinstimmung mit den Suchwörtern, die der Nutzer bei der Suche eingegeben hat, ist ein positiver Ranking-Faktor zu verzeichnen.

2. Verständlich

Der zweite Punkt betrifft wieder die bereits angesprochene User-Experience. Wenn Menüführung, Überschriften, Inhalte, Bildunterschriften und weitere Punkte leicht verständlich, vielleicht sogar intuitiv verständlich sind, wichtige Aspekte optisch hervorgehoben und Bilder sowie Aufzählungspunkte zur Auflockerung des Textes beitragen, haben die potentiellen Mandanten ein besseres Nutzererlebnis. Dieses honoriert Google mit einer höheren Platzierung.

3. Einzigartig

Die Versuchung, einen bereits geschriebenen Text mehrmals zu verwenden oder gar einen Text von jemand anderem zu verwenden, ist hoch. Doch unter dem Aspekt der Suchmaschinenoptimierung ist davon dringend abzuraten. Denn der sogenannte „Duplicate Content“ wird abgestraft, indem die Seite nicht so weit oben angezeigt wird, wie es aufgrund der anderen Faktoren möglich wäre. In diesem Zusammenhang ist auch der Wert des Inhalts zu berücksichtigen. Bietet der Text auf Ihrer Webseite für den potentiellen Mandanten wertvollen Mehrwert? Oder besteht der Text lediglich aus einer Selbstdarstellung? Wenn Ihr Geschäftsmodell nicht auf Mandanten basiert, die auf Ihre Kanzlei im Internet aufmerksam werden, spricht gar nichts gegen eine reine Selbstdarstellung. Alle anderen sollten potentiellen Mandanten hochwertige Texte, Bilder und gegebenenfalls Videos zur Verfügung stellen.





4. Teilbar

An vierter Stelle steht die Teilbarkeit von Inhalten. Wie einfach ist es für Nutzer, die Inhalte auf Ihrer Anwaltswebseite über die Sozialen Medien zu teilen? Da Facebook, Instagram, Xing, Twitter und LinkedIn immer wichtiger für die soziale Interaktion auch im professionellen Bereich werden, sollte dieser Punkt keinesfalls vernachlässigt werden.

Wenn Sie diese vier Punkte von oben nach unten beherzigen, heben Sie sich und Ihre Dienstleistung schon ein gutes Stück von den Inhalten anderer Anwaltskanzleien ab. Wenn Sie Fragen zur Umsetzung der SEO-Optimierung haben, setzen Sie sich einfach unter erfolg@law-consult.org mit mir in Verbindung.

Viel Erfolg bei der Umsetzung wünscht Ihnen
Mareike Merz

