

Gastbeitrag von Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei SELLWERK

## 5 Hacks für digitale Sichtbarkeit: Was Unternehmen heute brauchen, um zuverlässig gefunden zu werden

Im Mittelstand hängt der Erfolg maßgeblich davon ab, wie sichtbar ein Unternehmen online ist. Digitale Auffindbarkeit schafft Vertrauen, stärkt die Wettbewerbsposition und entscheidet zunehmend darüber, ob Kundinnen und Kunden den Weg zu einem Anbieter überhaupt finden. Frank Schieback ist CMO bei [SELLWERK](#) und ein erfahrener Experte für digitale Sichtbarkeit im Mittelstand. Seit vielen Jahren begleitet er kleine und mittlere Unternehmen dabei, ihren Platz im digitalen Raum zu sichern und dort gefunden zu werden, wo Menschen heute suchen: über Suchmaschinen, Karten-Apps wie Google Maps, Branchenplattformen oder KI-basierte Systeme. Die führende Plattform für den Mittelstand in Deutschland stärkt diese Sichtbarkeit über ein breites Netzwerk und praxisnahe Lösungen für lokale Unternehmen. In diesem Beitrag gibt Frank Schieback fünf pragmatische Hacks an die Hand, die jedes Unternehmen ohne großen Aufwand umsetzen kann.



Quelle: KI generiert

### Hack 1: Eine Website, die Orientierung schafft, statt nur Informationen zu sammeln

Die Website fungiert heute als zentraler Orientierungspunkt in der digitalen Customer Journey. Sie muss nicht aufwändig oder komplex aufgebaut sein, aber sie sollte strukturiert erklären, was ein Unternehmen tut, wofür es steht und wie es erreichbar ist. Menschen scannen Inhalte und entscheiden innerhalb weniger Sekunden, ob ein Anbieter relevant wirkt. Wirksame Websites zeichnen sich durch klare Navigationsstrukturen, komprimierte Leistungsbeschreibungen und echtes Bildmaterial aus dem Arbeitsalltag aus. Authentische Fotos der realen Arbeitsumgebung oder des

Teams wirken glaubwürdiger als Stockmaterial. Ebenso sinnvoll sind kurze Abschnitte zu Arbeitsweisen, Spezialisierungen oder typischen Problemen, die im Unternehmen gelöst werden. Regelmäßige Aktualisierungen erhöhen zusätzlich die Sichtbarkeit. Google bewertet frische Inhalte positiv, und auch Besucherinnen und Besucher erkennen, dass das Unternehmen aktiv ist.

Praktisch umsetzbare Aktualisierungen sind z. B.:

- neue Referenzbilder oder abgeschlossene Projekte,
- saisonale Informationen (z. B. „Winterservice“, „Sommeröffnungszeiten“),
- kurze Erklärtex te zu häufigen Kundenfragen,
- Hinweise zur aktuellen Erreichbarkeit.

Eine Website ist kein abgeschlossenes Projekt, sondern ein digitales Schaufenster, das regelmäßig gepflegt werden sollte.

## **Hack 2: Einheitliche Unternehmensdaten als Rankingfaktor: Konsistenz schlägt Komplexität**

Ein unterschätzter, aber äußerst wirkungsvoller Faktor digitaler Sichtbarkeit ist die einheitliche Darstellung von Unternehmensdaten. Unterschiedliche Telefonnummern, abweichende Öffnungszeiten oder variierende Schreibweisen des Firmennamens auf verschiedenen Plattformen wirken sich unmittelbar auf die Platzierung in Suchmaschinen aus. Systeme wie Google, Apple Maps, Bing oder KI-Assistenten prüfen Informationen auf Konsistenz – Unstimmigkeiten führen zu schlechterer Bewertung.

Eine strukturierte Datenpflege zahlt sich deshalb besonders aus. Sinnvolle Kerninformationen, die überall identisch hinterlegt sein sollten, sind:

- Firmenname (mit einheitlicher Schreibweise),
- Adresse,
- Telefonnummer,
- Öffnungszeiten,
- Webadresse,
- Kernleistungen oder Kategorien.

Viele Unternehmen legen eine interne Referenzdatei an, die als „Quelle der Wahrheit“ dient. Von dieser Master-Datei werden alle Plattformen regelmäßig überprüft oder aktualisiert. Empfehlenswert sind zudem halbjährliche Audits, bei denen systematisch alle öffentlichen Profile gesichtet und gegebenenfalls harmonisiert werden. Die zunehmende Nutzung von KI-gestützten Antworten verstärkt diesen Effekt. Systeme wie ChatGPT, Google Gemini oder Apple Intelligence greifen auf zahlreiche Quellen gleichzeitig zu. Je konsistenter die Daten, desto höher die Wahrscheinlichkeit, auch in solchen Ergebnissen berücksichtigt zu werden. Um dies effizient zu ermöglichen helfen zentrale Lösungen, wie SELLWERK Prime gleichzeitig bis zu 60 Online-Verzeichnisse von einer Stelle aus zu pflegen.

## **Hack 3: Branchenverzeichnisse als strategische Zuführer nutzen**

Branchenverzeichnisse werden häufig dem Irrtum nach als überholt wahrgenommen. Tatsächlich gehören sie zu den reichweitenstärksten Instrumenten lokaler Auffindbarkeit. Das Telefonbuch verzeichnet beispielsweise rund 960 Millionen Suchen pro Jahr über Web, App, Sprachsuche und Print-Kanäle hinweg – und damit eine enorme Nachfrage im lokalen Bereich.

Der strategische Vorteil eines Verzeichniseintrags liegt darin, dass Nutzerinnen und Nutzer dort mit einer klaren Intention suchen. Wer beispielsweise „Malerbetrieb Nürnberg“ eingibt, hat kein loses Interessensverhalten, sondern eine konkrete Absicht. Verzeichnisse sind somit besonders wertvoll für Branchen, in denen Kaufentscheidungen unmittelbar aus der Suche entstehen.

Wirksam ist ein Eintrag dann, wenn er:

- präzise Kategorien nutzt (maximal zwei, die exakt zum Angebot passen),
- aktuelle Leistungsbeschreibungen enthält,
- visuelles Material zeigt (z. B. Ladenfront, Team, Werkstatt),
- und eine kurze Selbstbeschreibung bietet, die Kompetenz und Persönlichkeit transportiert.

Da viele Verzeichnisse in den oberen Google-Rankings vertreten sind, profitieren Unternehmen zusätzlich: Selbst wenn ihre eigene Website noch wenig Sichtbarkeit besitzt, können sie über diese Plattformen gefunden werden.

#### **Hack 4: Suchmaschinenoptimierung pragmatisch anwenden: Relevanz und Regionalität als Leitlinien**

Suchmaschinenoptimierung im Mittelstand funktioniert vor allem dann gut, wenn sie sich an der Realität der Suche orientiert. Im Mittelpunkt stehen dabei zwei Aspekte: Relevanz und Regionalität. Relevant wirken vor allem jene Inhalte, die die Begriffe aufgreifen, mit denen tatsächlich gesucht wird, statt interner Fachbezeichnungen. Gleichzeitig spielt der lokale Bezug eine zentrale Rolle. Klare Hinweise auf Stadt, Region oder Einzugsgebiet erhöhen die Chance, in der lokalen Suche sichtbar zu werden bei Suchanfragen wie etwa „Physiotherapie Erlangen“ oder „Steuerberater Würzburg“. Ergänzt um gelegentliche Aktualisierungen – zum Beispiel neue Fotos, angepasste Öffnungszeiten oder kurze Hinweise zu saisonalen Angeboten – entsteht ein Auftritt, der sowohl von Suchmaschinen als auch von Nutzerinnen und Nutzern als lebendig und verlässlich wahrgenommen wird.

#### **Hack 5: Bewertungen als reputationsstärkenden Kanal systematisch pflegen**

Bewertungen sind heute eines der stärksten Entscheidungskriterien – noch bevor die Website besucht wird. Sie prägen den ersten Eindruck und beeinflussen die Kontaktaufnahme unmittelbar. Deshalb lohnt sich ein systematisches Bewertungsmanagement.

Wirkungsvoll sind vor allem:

- **Regelmäßige, authentische Rückmeldungen**  
Menschen orientieren sich eher an aktuellen Eindrücken als an alten Kommentaren. Daher entsteht ein positiver Eindruck, wenn regelmäßig neue Bewertungen eingehen. Sie machen sichtbar, dass ein Unternehmen aktiv ist und fortlaufend mit Kundschaft arbeitet.
- **Antworten auf jede Bewertung**  
Ob positiv oder negativ: eine Reaktion zeigt Professionalität. Sie vermittelt Wertschätzung und schafft Vertrauen bei all jenen, die Bewertungen später lesen.
- **Konstruktiver Umgang mit Kritik**  
Negative Bewertungen bieten oft Hinweise auf Verbesserungspotenziale. Unternehmen, die sachlich und lösungsorientiert reagieren, hinterlassen einen besonders seriösen Eindruck. Für viele Leserinnen und Leser sind solche Antworten sogar wichtiger als die eigentliche Kritik. Ein halbjährlicher Blick auf Muster in den Rückmeldungen hilft, operative oder kommunikative

Schwachstellen früh zu erkennen.

- **Nicht nur die Sterne, sondern auch die Kommentartexte beachten**  
Sterne allein reichen nicht mehr: KI liest Rezensionen, filtert die wichtigsten Aussagen heraus und prägt damit, welche Anbieter Suchende auswählen.

**Fazit: Sichtbarkeit entsteht nicht durch einzelne Maßnahmen, sondern durch dauerhaft gepflegte Grundlagen**

Digitale Sichtbarkeit beruht auf einfachen, aber konsequent angewendeten Prinzipien: klare Kommunikation, konsistente Daten, regionale Verankerung, authentische Inhalte und eine gepflegte Reputation. Diese fünf Hacks bilden die Grundlage, auf der regionale Unternehmen nachhaltig gefunden werden – unabhängig davon, ob die Suche über Google, Karten oder KI-basierte Systeme erfolgt. Mit einem strukturierten Blick auf Website, Datenqualität, Verzeichnisse, SEO und Bewertungen lässt sich die digitale Auffindbarkeit verlässlich steigern. Vor allem aber entsteht ein professioneller Eindruck, der Vertrauen schafft – und das ist im Mittelstand seit jeher der Schlüssel zu stabilen Kundenbeziehungen.



**Über den Autor:**

Frank Schieback ist Head of Brand Communication sowie Chief Marketing Officer bei der [SELLWERK GmbH & Co. KG](#), einem Mitglied der Müller Medien-Unternehmensfamilie. Seit nun mehr als zwei Jahrzehnten schafft er für den Mittelstand erfolgsorientierte Möglichkeiten. Begonnen mit der Optimierung des Verzeichnisklassikers Gelbe Seiten bringt er heute mit seinem Team überzeugende digitale Lösungen für den Mittelstand hervor und gestaltet dadurch maßgeblich die Online-Präsenz der KMUs mit. Durch das umfassende SELLWERK-Netzwerk sorgt er außerdem für Austausch, gegenseitige Unterstützung und einen starken Verbund des

Mittelstands.

**SELLWERK** bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist. Bei den renommierten [Siinda Awards](#) 2025, dem europäischen Branchenpreis für digitale Innovationen und lokale Suchdienste, wurde das Unternehmen für seine Lösungen KI-Websites (Website Basics) und Mini-Websites doppelt mit Gold ausgezeichnet.

Weitere Informationen zu SELLWERK finden Sie hier: [www.sellwerk.de/pressebereich](http://www.sellwerk.de/pressebereich)

**Pressekontakt Agentur**

Laurence Stroedter | Mashup Communications | +49.30. 25749580|  
[sellwerk@mashup-communications.de](mailto:sellwerk@mashup-communications.de)

**Kontakte SELLWERK**

**Frank Schieback**

CMO – Marketing/Produkt  
[frank.schieback@sellwerk.de](mailto:frank.schieback@sellwerk.de)

**Angela Steinhart**

Leiterin Markenkommunikation  
[angela.steinhart@sellwerk.de](mailto:angela.steinhart@sellwerk.de)