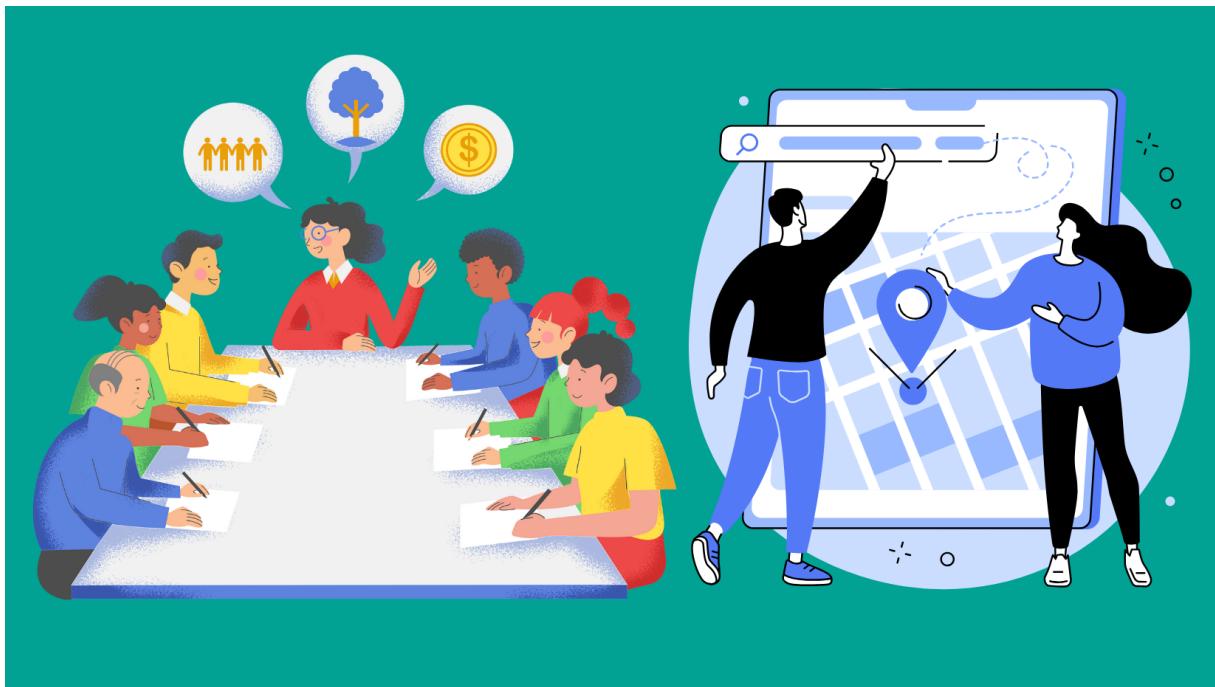


Gastbeitrag von Frank Schieback, Head of Brand Communication und Chief Marketing Officer bei SELLWERK

SEO und Local Trust: Wie Kanzleien online Seriosität zeigen und lokal gefunden werden

Ob Steuerberater, Rechtsanwälte oder Wirtschaftsprüfer: Für Kanzleien zählt nicht nur fachliche Kompetenz, sondern auch die digitale Auffindbarkeit. Wer bei Google Maps und im Local Pack nicht auftaucht, existiert online für potenzielle Mandanten schlichtweg nicht. Local SEO ist daher entscheidend: Kanzleien müssen digitale Seriosität zeigen, indem sie sichere Kontaktwege bereitstellen, ein vollständiges Impressum führen und Kundenbewertungen aktiv nutzen.

Frank Schieback ist CMO bei [SELLWERK](#) und ein erfahrener Experte für digitale Sichtbarkeit im Mittelstand. Seit vielen Jahren begleitet er KMUs auf dem Weg zur erfolgreichen Online-Präsenz. Im folgenden Beitrag erklärt er, wie Kanzleien online vertrauenswürdig auftreten und lokal sichtbar bleiben.



Lokale Vernetzung ist das A & O, um die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit zu steigern.
Quelle: Eigene Darstellung

Google Business und lokale Sichtbarkeit konsequent nutzen

Die digitale Präsenz entscheidet heute oft schon, bevor der erste persönliche Kontakt überhaupt zustande kommt. Local SEO bedeutet, klassische Suchmaschinenoptimierung mit einem klaren regionalen Bezug zu verbinden. Ziel ist es, dass die Kanzlei in Google Maps, im Local Pack und in relevanten Branchenportalen sichtbar ist. Gleichzeitig sollte die Kanzlei bei organischen Suchanfragen möglichst weit oben erscheinen, wenn ein lokaler Bezug enthalten ist. Ein vollständig gepflegtes Google-Business-Profil ist dafür essentiell. Schon die Basis ist entscheidend: Alle relevanten Daten wie Adresse, Öffnungszeiten, Telefonnummern, Fachgebiete und sichere Kontaktmöglichkeiten müssen korrekt hinterlegt sein, um Vertrauen zu schaffen.

Wer seine Wurzeln zeigt, wirkt oft glaubwürdiger, daher ist es wichtig, die regionale Verankerung sichtbar zu machen. Dazu gehören die Mitgliedschaft in der örtlichen Kammer, Sponsoring regionaler

Mannschaften, Hinweise auf Parkmöglichkeiten und Anbindungen an den öffentlichen Nahverkehr. Diese Informationen signalisieren, dass die Kanzlei nicht nur online präsent, sondern auch lokal verankert ist und sich in ihrer Umgebung engagiert.

Wer diese Grundlagen nicht umsetzt, riskiert, dass potenzielle Klienten die Kanzlei gar nicht finden. Gerade bei selten benötigten Dienstleistungen suchen Menschen zuerst online nach Empfehlungen. Ist die Kanzlei hier unsichtbar, geht sie wichtige Chancen auf neue Aufträge und Vertrauen verloren. Wer hier unsichtbar ist, verliert Mandanten bereits in der ersten Recherche phase.

Die Website als digitale Visitenkarte

Früher genügte ein Kanzleischilde an der Tür, heute entscheidet der digitale Wegweiser bei Google Maps darüber, ob man überhaupt gefunden wird. Die Website ist das zentrale digitale Aushängeschild einer Kanzlei. Sie muss technisch einwandfrei funktionieren, mobil optimiert sein und sichere Kontaktmöglichkeiten bieten. Eine verschlüsselte Verbindung ist unerlässlich.

Darüber hinaus vermittelt die Website Seriosität und fachliche Kompetenz, wenn sie die folgenden Inhalte enthält: Eine professionelle Kanzlei-Website vermittelt Seriosität und Vertrauen, indem sie die eigenen Expertisen klar darstellt. Lebensläufe und Fachgebiete der Anwälte sollten übersichtlich präsentiert sein, ergänzt durch aktuelle Porträtfotos, die Professionalität ausstrahlen. Auch veröffentlichte Fachartikel oder Publikationen geben Besuchern einen direkten Einblick in die Kompetenz der Kanzlei.

Zusätzlich sollte die Kanzlei lokalen Content nutzen, um ihre regionale Expertise zu zeigen. Blogartikel oder Berichte in der lokalen Presse mit regionalem Bezug erhöhen die Auffindbarkeit und wirken vertrauensbildend. Sie zeigen, dass die Kanzlei nicht nur digital präsent ist, sondern auch vor Ort aktiv ist, lokale Themen kennt und in ihrer Region vernetzt ist. Erst wenn Technik, Transparenz und lokale Präsenz zusammenspielen, entsteht eine Website, die Vertrauen schafft und den Grundstein für digitale Sichtbarkeit legt.

SELLWERK

Local Listing

Firmeneintrag bei Google und 60 Branchenverzeichnissen

- ✓ Einheitliche Firmendaten im Netz
- ✓ Bewertungen immer im Blick
- ✓ Bessere Platzierung bei Suchmaschinen



Einheitliche Firmeneinträge in lokalen Branchenverzeichnissen helfen dabei, gefunden zu werden.
Quelle: SELLWERK

Bewertungen als Maßstab für Vertrauen

Kundenbewertungen sind ein zentrales Element für Local SEO und digitale Vertrauensbildung. Positive Bewertungen erhöhen die Klickrate und wirken als digitale Referenz, die potenzielle Klienten schnell einen Eindruck von der Qualität der Kanzlei vermittelt. Wichtig ist dabei ein professioneller Umgang mit Feedback: Auf negative Bewertungen sollte zeitnah, sachlich und authentisch reagiert werden. Ein paar kritische Bewertungen erhöhen die Glaubwürdigkeit, während ausschließlich perfekte Bewertungen oft unglaublich wirken. Eine [Studie](#) von Customer Alliance aus 2024 zeigt, dass 88 % der Befragten die Reaktion eines Unternehmens auf Bewertungen für leicht bis äußerst wichtig hält. Wer auf Kritik professionell reagiert, zeigt, dass ihm die Meinung der anderen wichtig ist. Sellwerk unterstützt Kanzleien zudem bei der Prüfung und gegebenenfalls Entfernung rufschädigender Bewertungen. Bewertungen können auch direkt auf der Website eingebunden werden, beispielsweise in Form von Testimonials, um die digitale Seriosität weiter zu unterstreichen.

Fazit:

Local SEO und digitale Seriosität sind für Kanzleien unverzichtbar. Wer sein Google-Business-Profil pflegt, Bewertungen aktiv einholt und beantwortet, eine technisch saubere Website betreibt und lokalen Content mit regionalem Bezug bereitstellt, wird online gefunden und als vertrauenswürdige Kanzlei wahrgenommen. Diese Maßnahmen sind keine Kür, sondern entscheidend, um neue Mandanten zu gewinnen und die eigene Expertise sichtbar zu machen.



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

Laurence Stroedter | Mashup Communications | +49.30. 25749580 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt

frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation

angela.steinhart@sellwerk.de