

## KANZLEIMARKETING

## Tipps und Hinweise für die erfolgreiche Gestaltung Ihrer Kanzleiwebseite

von Yvonne Homann, Mainz, [www.strategien-gegen-fachkraeftemangel.de](http://www.strategien-gegen-fachkraeftemangel.de)

| Eine Webseite für eine Steuerkanzlei ist heute von entscheidender Bedeutung, da sie eine digitale Präsenz schafft, potenzielle Mandanten erreicht, Vertrauen aufbaut, Dienstleistungen erklärt, Kontaktmöglichkeiten bietet und aktuelle Informationen teilt. Eine professionelle Website steigert die Sichtbarkeit und fördert ein positives Arbeitgeberimage der Kanzlei. Sie kann also auch dazu beitragen, die richtigen Mitarbeitenden zu finden. In diesem Beitrag möchte ich über die strategische Besucherführung Ihrer Webseite und eine attraktive Gestaltung Ihrer Karriereseite sprechen. |

### Definitiv mehr als eine Visitenkarte im Netz

Wenn Sie bisher dachten, dass eine Webseite für Ihre Kanzlei keinen hohen Stellenwert hat, bedenken Sie, dass Ihre Webseite für Sie zu einem starken und nachhaltigen Recruiting-Tool werden kann. Drei von zehn Personen, die sich bewerben, suchen online in Suchmaschinen nach passenden Stellen, über 28 % besuchen die Webseite von Unternehmen und deren Karriereseite. Indem Sie Ihre Webseite nicht (nur) für die Akquise neuer Mandanten, sondern für die Rekrutierung neuer Arbeitskräfte nutzen, machen Sie sich langfristig unabhängig von teuren Recruitern und Personalbüros.

Mobile First spielt für Ihre Sichtbarkeit bei Google eine tragende Rolle. Denken Sie Ihre Webseite deshalb immer zuerst mobil: Achten Sie darauf, dass sich die Besucherinnen und Besucher auch ohne Menü zurechtfinden müssen und dass die wirklich relevanten Informationen auf den ersten Blick zu erkennen sind.

Überlegen Sie sich, welche Aufgabe Ihre Webseite erfüllen soll und wie Ihre Webseite aufgebaut sein muss, um Besucherinnen und Besucher zur gewünschten Handlung zu bringen. Wenn Sie Ihre Webseite als Recruiting-Tool nutzen wollen, ist es deshalb wichtig, sich in die Bedürfnisse und die Suchintention ihrer idealen Bewerber hineinzusetzen.

### Der Header ... oder „Kauft jemand Ihre Zeitung“?

Häufig landen Menschen über die Google-Suche auf Ihrer Startseite. Das Erste, was sie in diesem Fall sehen, ist der Header. Und hier – Sie erinnern sich an das Zeit- und Platzproblem (Homann, KP 23, 196) – muss Ihre Webseite bereits punkten, um Besucherinnen und Besucher neugierig zu machen. Anstatt also ein nichtssagendes Bild im Header zu platzieren, den Namen Ihrer Kanzlei, einen Slogan oder ein „Herzlich willkommen“, rate ich Ihnen, den Header wie die Schlagzeile einer Tageszeitung zu betrachten. Vergleichen Sie es am besten mit dem Zeitungskauf am Bahnhof: Menschen, die nicht viel Zeit bis zur Abfahrt haben und am Bahnhof in einem Kiosk auf der

Ohne aussagefähige  
Webseite existieren  
Sie im Netz nicht

Die Topnews steht  
über dem Falz!

Suche nach guter Lektüre sind, überfliegen die Schlagzeile, ggf. auch ein Stück vom Text und das Foto. Erst wenn sie dadurch neugierig geworden sind, entscheiden sie sich zum Kauf und lassen die anderen Zeitungen links liegen.

Wenn wir uns den Header der Webseite also wie die Schlagzeile einer Zeitschrift vorstellen, sollte er auf den ersten Blick diese drei Fragen beantworten:

- Was bekomme ich hier?
- Was bringt mir das?
- Was kann/soll ich tun?

### Was bekomme ich hier?

Wählen Sie hier eine überzeugende Überschrift, die Ihre Tätigkeit am besten beschreibt. Entscheiden Sie dabei, wen Sie in erster Linie überzeugen wollen: Mandanten, Geschäftspartner oder Bewerber? Wenn Sie sich nicht entscheiden können oder wollen, wählen Sie eine Überschrift, die das Alleinstellungsmerkmal Ihrer Kanzlei am besten beschreibt. Treten Sie bewusst von Formulierungen zurück wie: „Herzlich willkommen in Ihrer Kanzlei XY“. Solche Überschriften sind nichtssagend. Sie verschwenden Platz auf Ihrer Webseite und die Zeit der Besucher Ihrer Webseite.

Versuchen Sie stattdessen, den Kern Ihrer Expertise in den Fokus zu rücken:

- Moderne Steuerberatung – passgenau und digital
- Steuerberatung für Unternehmen und Selbstständige
- Ihre Herausforderung in besten Händen

... um nur ein wenig Inspiration zu geben.

### Was bringt mir das?

Nutzen Sie 350 bis 500 Zeichen inklusive Leerzeichen, um der Überschrift mit einem Textabsatz noch mehr Gewicht zu geben. Verzichten Sie auf allgemeine Formulierungen wie „zuverlässige Steuerberatung“, „erfahrenes Team“ oder „kompetente Fachkräfte“. Denn das sollte selbstverständlich sein.

Werden Sie auch hier konkret und gehen Sie ins Detail: Was zeichnet Ihre Kanzlei und Ihre Methoden im Einzelnen aus? Ist es proaktives Handeln? Sehen Sie sich vielleicht eher als Sparringspartner Ihrer Mandanten? Erfolgt die interne und externe Kommunikation auf Augenhöhe? Entwickeln Sie Strategien für eine steueroptimale Gestaltung und Weiterentwicklung des Unternehmens? Und bieten Sie Ihren Mandanten dadurch Planungssicherheit in unternehmerischen Entscheidungen? Selbstbewusste, konkrete Aussagen über ihre Expertise sprechen hier nicht nur Mandanten und externe Geschäftspartner an. Je klarer und konkreter Sie über Ihr Alleinstellungsmerkmal und Ihre Stärken sprechen, desto mehr begünstigt das auch die Bewerberansprache.

Bitte keine „warmen Willkommensworte“

Je anschaulicher, desto besser

### Was kann/soll ich tun?

Ergänzen Sie Ihren Header zum Schluss noch mit einer passenden Handlungsaufforderung, dem Call-to-Action, gerne in Form eines Buttons. Auch hier entscheiden Sie, welchen Job Ihre Webseite für Sie erledigen soll. Wenn Sie vakante Stellen zu besetzen haben, nutzen Sie den Call-to-Action, um potenziellen Bewerbern direkt zu signalisieren, dass Sie einstellen. Der abschließende Satz könnte also lauten,

- wenn Sie Mandanten und Geschäftspartner ansprechen: „Erzählen Sie uns, was Sie gerne mit uns erreichen wollen: Erfahren Sie mehr über unsere Kanzlei.“ (Link zur „Über-uns-Seite“)
- wenn Sie Bewerber ansprechen: „Verstärken Sie unser Team.“ (Button zur „Karriereseite“).

Mit einem derart gestalteten Header liefern Sie – selbst auf einem kleinen Smartphone-Bildschirm – die wirklich relevanten Informationen, um Menschen neugierig auf Ihre Kanzlei zu machen.

Der Call-to-Action darf nicht fehlen



Quelle: Mut zum Business, Webseiten-Vorlage, Yvonne Homann

### Die Startseite als Wegweiser

Wie viele andere Kanzleien auch, haben Sie sicherlich nicht nur ein einziges Leistungsangebot. In diesem Fall eignet sich ein „Wegweiser-Abschnitt“ direkt unter dem Header. Sie haben die Neugierde Ihrer Webseiten-Besucher in einem ersten Schritt geweckt. Jetzt heißt es: am Ball bleiben, um die Aufmerksamkeit nicht wieder zu verlieren. Überlegen Sie deshalb, welche Leistungen Sie anbieten. Legen Sie für jede dieser Leistungen eine eigene Unterseite an. Das hat nicht nur SEO-technische Vorteile, sondern spart den Besuchern auch Zeit, sich die Informationen, für die sie sich interessieren, aus einer großen Textmenge selbst herauszusuchen. Menschen, die nach steuerlicher Beratung zur Existenzgründung suchen, interessieren sich vielleicht

Je Leistung eine Unterseite: Für die Nutzer ...

weniger für Nachfolge und Erbschaftsberatung. Hier thematisch klar zu trennen, ermöglicht eine gezielte Besucherführung und eine klare Zielgruppenansprache.

Denken Sie hier auch an die Suchintention und die passenden Suchbegriffe. Damit Google Ihre Webseite korrekt in den Suchergebnissen anzeigen kann, sollten sich unterschiedliche Themen auf Ihrer Webseite nicht vermischen. Angenommen, Existenzgründung und Erbschaftsberatung wären im Detail auf einer einzigen Leistungsseite beschrieben, wäre es für die Crawler der Suchmaschine schwieriger, Ihre Seite einem konkreten Thema zuzuordnen, was Ihr Ranking für eben dieses Thema verwässert.

Legen Sie deshalb einzelne Leistungsseiten an und verlinken Sie die Leistungsseiten in Form eines „Wegweisers“ auf Ihrer Startseite. Bleiben Sie hier in der direkten Ansprache: Wo wollen Sie starten? Worüber möchten Sie mehr erfahren? Hier haben Sie wieder die Möglichkeit, ganz unterschiedliche Interessen abzudecken. Denn neben den Leistungen können hier beispielsweise auch die Über-uns-Seite oder die Karriereseite Platz finden. Ein potenzieller Mandant findet so schneller zur gewünschten Leistung, während ein Bewerber nicht erst bis zum Footer scrollen oder im Menü nach der Karriereseite suchen muss.

## Die Über-uns-Seite

Mit über 60 % ist die Über-uns-Seite die am häufigsten geklickte Seite einer Webseite. Auch hier können Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben und mit Soft Skills punkten.

Als Steuerberater sind Sie zu Recht stolz auf Ihr Fachwissen. Aber das allein reicht in der heutigen Zeit nicht mehr aus. Ein Steuerberater, der auch in Zukunft erfolgreich sein will, muss sich anders aufstellen und deutlich machen, dass er nicht nur über umfangreiches Fachwissen verfügt. Nein, er muss auch deutlich machen, dass er eine starke Führungspersönlichkeit und gute Menschenkenntnis hat und dass die Kanzlei nicht nur von Fachwissen, sondern auch von Expertise in den Bereichen Zeitmanagement, Leadership, Projektmanagement oder Digitalisierung getragen wird. Erzählen Sie auf Ihrer Über-uns-Seite also nicht nur vom Werdegang und der Gründung der Kanzlei, sondern auch davon, welchen Weg die Kanzlei in Zukunft einschlagen soll, welche Werte und Ideale die Inhaber oder Partner und die Mitarbeitenden teilen.

So gestalten Sie aktiv ein positives Kanzlei- und Arbeitgeberimage, das Mandanten und Geschäftspartner genauso beeindruckt wie potenzielle neue Mitarbeitende. Die profitieren übrigens davon, wenn Sie auch auf Ihrer Über-uns- bzw. Team-Seite einen Aufruf platzieren, der dazu motiviert, sich zu bewerben: „Zeigen Sie uns, wie wir gemeinsam mit Ihnen stärker werden. Werfen Sie einen Blick auf unsere Karriereseite und senden Sie uns Ihre Bewerbung direkt zu.“

... und für Google

Die am häufigsten geklickte Seite!

Stoßen Sie hier bereits Initiativbewerbungen an

## Tipps für die Karriereseite

Je konkreter Sie wissen, wen Sie einstellen wollen, desto leichter fällt es Ihnen, genau die Suchbegriffe zu finden, die Sie bei Google sichtbar machen. Alternativ können Sie eine SEO-Agentur oder einen Webdesigner genau briefen, was bei der SEO-Recherche und der Erstellung SEO-optimierter Webseiten-Texte beachtet werden muss. Nur so werden Sie langfristig und nachhaltig für Ihre Bewerberinnen und Bewerber online sichtbar sein.

Ihre idealen Bewerber genau zu kennen, bedeutet aber auch, ihnen ein angenehmes Surferlebnis zu bieten. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Webseite glasklar hervorhebt, was Sie zu einem guten Arbeitgeber macht. Bauen Sie Vertrauen auf, indem Sie bereits angestellte (Langzeit-)Mitarbeitende zu Wort kommen lassen und bieten Sie kleine Blicke hinter die Kulissen Ihrer Räumlichkeiten oder Ihres Arbeitsalltags. Konzentrieren Sie sich nicht nur darauf, Ihr Fachwissen hervorzuheben, sondern berücksichtigen Sie auch Soft Skills, die jungen Arbeitskräften besonders wichtig sind.

## Schlanke Bewerbungsprozesse

Das Ausdrucken der Bewerbung, die Erstellung einer Mappe und der Weg zur Post sind mit Blick auf die fortschreitende Digitalisierung nicht mehr zeitgemäß. Nutzen Sie die Gunst der Stunde und bieten Sie interessierten Bewerbern, die sich begeistert durch ihre Webseite geklickt haben, auf Ihrer Karriereseite direkt die Möglichkeit, ihre Bewerbung über ein Formular hochzuladen. So erhöhen Sie die Chancen, wirklich qualifizierte Bewerbungen zu bekommen und vakante Stellen schnell(er) zu besetzen – ganz ohne teuren Recruiter oder Online-Stellenanzeigen, die in der Masse untergehen. Machen Sie es Ihren Bewerbern also so einfach wie möglich, mit einem digitalen Bewerberformular direkt auf Ihrer Karriereseite. Die Bewerbungsunterlagen erreichen Sie so ganz bequem per E-Mail – vielleicht sogar an eine eigens dafür eingerichtete E-Mail-Adresse, damit kein Schreiben im Tagesgeschäft untergeht. Zeigen Sie sich offen und einladend: „Sie mögen Kaffee? Wir auch. Bei einer gemeinsamen Tasse Kaffee besprechen wir, wie Sie vielleicht schon bald unser Team verstärken können.“

## Lassen Sie Ihr Team zu Wort kommen

Ihr Team spielt bei der Suche nach passenden Mitarbeitenden übrigens auch auf Ihrer Webseite eine große Rolle. Schließlich will man doch wissen, mit wem man künftig einen Großteil seiner Arbeits- und Lebenszeit verbringt. Lassen Sie deshalb auch Ihr Team zu Wort kommen, entweder in Form kleiner Videobotschaften oder durch kurze Testimonials mit Foto: Was macht die Arbeit in der Kanzlei besonders? Wie konnte man sich bisher im Unternehmen weiterentwickeln? Welche Stärken kann man besonders gut ausspielen?

Aktuelle Mitarbeitende, die bereits mehrere Jahre im Unternehmen sind, zu Wort kommen zu lassen, schafft Vertrauen bei potenziellen Bewerbern. So können sie bereits vorab sehen, mit wem sie es zu tun haben und ob Versprechungen über Aufstiegschancen, Weiterbildung oder Work-Life-Balance auch tatsächlich eingehalten werden.

Texte auf die Bedürfnisse abstimmen

Angenehmes Surferlebnis bieten

Schlanke Bewerbungsprozesse für beide Seiten

Ihre Mitarbeitenden sind die glaubwürdigsten Botschafter

### Lassen Sie potenzielle Bewerber Mäuschen spielen

Zeigen Sie auch Bilder der Räumlichkeiten Ihrer Kanzlei. Vielleicht verfügen Sie ja über eine gemütliche Kaffeeküche oder einen tollen Meetingraum. Bieten Sie Homeoffice-Lösungen und digitales Arbeiten an? Machen Sie Bilder von gemeinsamen Zoom-Meetings. Verfügt Ihre Kanzlei über einen Fitnessraum? Eine Dachterrasse mit Grillplatz oder modern ausgestattete Büroräume mit Stehtischen und ergonomischen Stühlen? Oder stellen Sie Ihren Mitarbeitenden vielleicht E-Bikes oder ein Firmenhandy zur Verfügung? All das darf gerne auf Ihrer Karriereseite in Wort und Bild Platz finden.

### Signalisieren Sie Offenheit, erwecken Sie Vertrauen

Denn neben der Stellenbeschreibung sind genau das die Kriterien, nach denen junge Arbeitskräfte suchen. Signalisieren Sie, dass Sie offen für Neues sind und Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, Arbeitsabläufe moderner, einfacher und effizienter zu gestalten – wenn das auf Sie zutrifft. Kriterien wie Diversität oder Nachhaltigkeit rangieren laut aktueller Umfragen übrigens weiter hinten. Stattdessen ist Vertrauen ein großes Thema bei jungen Arbeitskräften: So steigt der Wunsch, die Stelle zu wechseln, um das Doppelte bis Dreifache, wenn Arbeitnehmer das Gefühl haben, dass ihren Fähigkeiten nicht vertraut wird (32 versus 65 % Wechselwunsch), wenn sie selbst an die Vision ihrer Organisation glauben (20 versus 50 %) oder wenn sie selbst nicht an die Fähigkeiten ihrer Führungskräfte glauben (45 versus 16 %).

**FAZIT |** Auch wenn Sie wenig Zeit haben, müssen Sie sich nicht allein auf Recruiter oder Personalbüros verlassen. Sie können langfristig und nachhaltig selbst etwas gegen den Fachkräftemangel in Ihrer Kanzlei tun. Mit einer suchmaschinenoptimierten Webseite, einer überzeugenden Karriereseite, die aus der Masse hervorsticht und einem automatisierten Bewerbungsprozess. Punkten Sie durch eine gute Mischung aus Expertise und motivierender Bewerberansprache auf der Karriereseite. So gewinnen Sie in einem ersten Schritt das Vertrauen potenzieller Bewerber und heben sich von den Mitbewerbern auf dem Bewerbermarkt ab, die sich eher für eine anonyme, standardisierte und leicht distanzierte Ansprache entscheiden. Und sollten Sie zusätzlich doch Geld in Social-Recruiting-Maßnahmen oder bezahlte Anzeigen bei Google investieren, verleiht Ihnen eine professionelle Website mit Karriereseite die Gewissheit, dass Sie Ihr Geld nicht zum Fenster herauswerfen: Bewerber, die durch Anzeigen auf Sie aufmerksam werden, erhalten digital direkt einen guten Eindruck und springen nicht direkt wieder ab, weil Ihre Website veraltet ist.

### WEITERFÜHRENDER HINWEIS

- So punkten Sie mit Ihrer Kanzleiwebseite im Netz (Homann, KP 23, 196)

**ZUR AUTORIN |** Yvonne Homann ist Webdesignerin und Online-Marketing-Beraterin mit Sitz in Mainz. Seit 2015 unterstützt sie Selbstständige und Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz dabei, online sichtbar zu werden. 2023 wurde sie für ihre Arbeit mit dem German Web Award ausgezeichnet. Ihr Projekt „Strategien gegen Fachkräftemangel“ unterstützt Unternehmen dabei, nachhaltig und kosteneffizient die passenden Fachkräfte für Ihr Unternehmen zu finden – mit einer suchmaschinenoptimierten Webseite, einer überzeugenden Karriereseite, die aus der Masse hervorsticht und einem automatisierten Bewerbungsprozess.

Präsentieren Sie die Kanzlei als nächsten Arbeitsort

Zwei wichtige Kriterien aus Sicht der Bewerber