

Webmarketing für Rechtsanwälte

- Checkliste –

von Volker Weise, Langenfeld – Stand 11.04.2008

Liebe Kolleginnen und Kollegen !

Das Internet bietet Ihnen einen 24/7 Kontakt zum Mandanten und zur Öffentlichkeit. Immer mehr Mandanten suchen im Internet nach Dienstleistern und nahezu 100% aller gewerblichen Mandanten verfügen über einen Internetzugang. Das Internet bietet damit völlig neue Wege im Bereich Mandantenmarketing.

Diese Checkliste soll Ihnen und den mit dem Internetauftritt der Kanzlei befassten Mitarbeitern einen ersten Überblick über die Möglichkeiten des Webmarketing bieten und dabei als Gedankenstütze für eigene Maßnahmen und/oder Grundlage für Gespräche mit entsprechenden Dienstleistern der Internetbranche (Webdesigner, Marketingberater, Werbeagenturen, Suchmaschinenoptimierer) sein.

Ich habe in dieser Checkliste auf lange Erläuterungen und Begriffserklärungen verzichtet. Zu jedem Bereich sind jedoch Links zu anderen Websites angegeben, die notwendige Informationen (in der Regel kostenlos) bereitstellen. Die angegebenen Links erheben natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Für Inhalt und technische Funktionsweise der angegebenen Links kann im übrigen keine Haftung übernommen werden. Sollte ein Link nicht mehr funktionieren, bin ich für jeden Hinweis dankbar.

Viel Erfolg und beste Grüße

Volker Weise

Inhalt

1. Gestaltung der Kanzleiwebsite	3
1.1. Zielgruppe der Website.....	4
1.2. Angebote / Tätigkeitsfelder	5
1.3. Wettbewerber	6
1.4. Domainname	7
1.5. Websitegestaltung	8
1.6. Websitestruktur.....	9
1.7. Inhalte der Website	10
1.8. Newsletter / Mandantenbriefe.....	11
1.9. Eigener Blog	12
2. Promotion der Website	13
2.1. Anwaltsportale	14
2.2. Regionalportale	15
2.3. Branchenportale	16
2.4. Allgemeine Webkataloge.....	17
2.5. Artikelverzeichnisse	18
2.6. Social Bookmarks (öffentliche Lesezeichenverzeichnisse).....	19
2.7. Expertenseiten	20
2.8. Online-Rechtsberatung	21
2.9. Bannerwerbung / Textlinkwerbung	22
2.10. Presseverteiler	23
2.11. Communities	24
3. Suchmaschinenoptimierung (SEO)	25
3.1. Allgemeines	26
3.2. Suchworte / Keywords.....	27
3.3. Seitenoptimierung (onpage).....	28
3.4. Linkaufbau / Linkbuilding.....	29
3.5. Hilfsmittel / Tools	30
4. Keywordanalyse	32

Glossar für Internetbegriffe:

- http://www.feynschliff.de/glossar_internet.html#c193

Allgemeines zum Thema Marketing für Rechtsanwälte

- http://www.haufe.de/Auftritte/ShopData/media/attachmentlibraries/domino/Haufe_Kanzlei_Marketing.pdf
- http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=976637367&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=976637367.pdf

1. Gestaltung der Kanzleiwebsite

Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler

Die Gestaltung der Kanzleiwebsite unterliegt verschiedenen objektiven und subjektiven Kriterien. Dabei sind sowohl die Bedürfnisse der Mandantschaft / Zielgruppe als auch der allgemeine Auftritt der Kanzlei zu berücksichtigen. Auf jeden Fall sind die Geschmäcker verschieden, aber es lohnt sich, einmal einen Blick auf die Seiten anderer Kanzleien zu richten und sich dort Anregungen zu holen.

Zumindest was den gewerblichen Mandanten anbelangt, schaut dieser mittlerweile bei der Suche eines Rechtsanwalt wohl stets auch auf die Website. Insofern besteht hier die Möglichkeit, sich entsprechend zu präsentieren und zu einem Anruf zu motivieren.

1.1. Zielgruppe der Website

Festlegung des anzusprechenden Mandantenkreises, z.B. private, gewerbliche Mandanten, KMU, Organisationen, Vereine; regionale und/oder überregionale Mandanten, bestimmte Branchen

Weitere Infos (Auswahl)

- http://www.ifb.uni-erlangen.de/pdf/Info_04_2003.pdf
- http://www.benten.de/csg/pub/f4010_de.html
- <http://www.bayerischer-anwaltverband.de/marketing.html>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2. Angebote / Tätigkeitsfelder

Festlegung der angebotenen Tätigkeitsfelder und Schwerpunkte der Kanzlei, auf die Zielgruppe abgestimmt. Ausrichtung an dem vorhandenen Know how, Fachanwaltszulassungen, Wettbewerb etc.

Weitere Infos

- <http://www.brak.de/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.3. Wettbewerber

Was bietet der Wettbewerb, regional, überregional, in der Zielgruppe, in den Tätigkeitsfeldern und wie kann sich die Kanzlei davon abheben? Wie treten Ihre Wettbewerber im Internet auf, wie sind diese in den Suchmaschinen gelistet?

Weitere Infos

- http://www.intares.net/webstatistik/webstatistik_wettbewerbsanalyse.html

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.4. Domainname

Wenn möglich die Region und/oder die Tätigkeitsfelder in Domainnamen aufnehmen, u.a. Anmeldung mehrerer Domainnamen, neben .de auch .com, .eu, .net, .org, .biz etc. Ggf. kann unter SEO-Gesichtspunkten auch der Ankauf einer geeigneten älteren Domain interessant sein.

Weitere Infos

- <http://whois.domaintools.com/>
- <http://www.sedo.de/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.5. Websitegestaltung

Festlegung von Layout, Bilder, Farben, Umfang, CI und CD passend zum Kanzleistil und zur Zielgruppe; Wettbewerbsumfeld beachten.

Weitere Infos

- <http://jendryschik.de/wsdev/einfuehrung/>
- <http://www.netzmafia.de/skripten/webdesign/index.html>
- <http://www.ipsi.fraunhofer.de/~crueger/webdesign/index.html>
- <http://www.webdesign-referenz.de/start.shtml>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.6. Webseitestructur

Die Seitenstruktur / Seitenaufbau sollte zum einen benutzerfreundlich sein, zum anderen auch im Hinblick auf eine Suchmaschinenoptimierung gestaltet werden (**s.u. 3.**). Wichtig ist weiterhin die richtige Wahl der Programmiersprache; komplizierte Systeme erschweren später möglicherweise den Wechsel des Webdesigners oder das laufende Handling. Auch im Hinblick auf eine spätere Suchmaschinenoptimierung ist die Programmiersprache nicht unwichtig.

Weitere Infos

- <http://www.drweb.de/usability/checkliste-usability.shtml>
- <http://www.tp-media.at/cont/produkte/beratung/checkliste.php>
- <http://www.webdesign-referenz.de/start.shtml>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.7. Inhalte der Website

Den Umfang der Website festlegen, Teamvorstellung, Tätigkeitsbereiche, Fachbeiträge, aktuelle Urteile, Newsbox, (passend zu den Tätigkeitsfeldern), Blogs, Anfahrt, Sprachvarianten bei ausländischer Zielgruppe.

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.9. Eigener Blog

Für Kollegen/Kolleginnen mit Hang zum Schreiben eignet sich auch ein eigenes juristisches Webblog um Fachkompetenz zu dokumentieren. Nach meinen Erfahrungen ist allerdings die Außenwirkung über den Kollegenkreis hinaus beschränkt, da Jurablogs eher von Kollegen für Kollegen sind.

Weitere Infos (Übersicht über juristische Blogs):

- <http://www.jurablogs.com/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Promotion der Website

Tue Gutes und rede darüber

Nur die Website ins Internet zu stellen reicht nicht, sie muss den Nutzern auch bekannt gemacht werden. Das Internet bietet hierzu eine Vielzahl an Chancen, wobei im Gegensatz zu anderen Medien noch viele Möglichkeiten der kostenlosen Werbung und Promotion bestehen. Jedoch gilt wie bei allen Werbemaßnahmen, dass nur 50% funktionieren, wobei man vorher nicht weiß, welches die erfolgreichen 50% sind. Letztlich kommt man nicht darum herum, bestimmte Dinge einfach auszuprobieren.

Sie erhalten hier eine breite Palette an Maßnahmen ohne Wertung der Effektivität. Die richtige Werbung zu finden müssen Sie stets selbst unter Berücksichtigung der Zielgruppe und der einzusetzenden Werbebudgets entscheiden.

2.1. Anwaltportale

Eintragung des Anwalts- und/oder Kanzleiprofils in Anwaltportale und Anwaltssuchsysteme; die Eintragungen sind teilweise kostenpflichtig, das Preis-Leistungsverhältnis ist im Einzelfall genau zu prüfen. Bitte beachten: Beschreibungstexte der Kanzlei und der Anwälte genau überlegen und zweckmäßigerweise vorab erstellen und dann in die entsprechenden Verzeichnisse kopieren.

Weitere Infos - Auswahl an Anwaltportalen:

- <http://www.anwaltssuchdienst.de/>
- <http://www.anwalt24.de/>
- <http://www.jura-lotse.de/>
- <http://www.123recht.net/>
- <http://www.foris.de/>
- <http://www.foratis.com/>
- <http://www.anwalt.de/>
- <http://www.jusline.de/index.php>
- <http://www.rechtsanwaltsregister.org/>
- <http://www.juraforum.de/rechtsanwalt/>
- <http://www.anwalt-suchservice.de/>
- <http://www.rechtsanwalt.com/>
- <http://www.anwaltssuche.de/>
- <http://www.advomain.info/>
- <http://www.mahnerfolg.de/inkasso-webkatalog/>
- <http://www.markt-kanzleien.de/>
- <http://www.consultingnet24.de/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2. Regionalportale

Eintragung des Anwalts- und/oder Kanzleiprofils in Regionalportalen; die Eintragungen sind teilweise kostenpflichtig, das Preis-Leistungsverhältnis ist im Einzelfall zu prüfen, Beschreibungstexte der Kanzlei und der Anwälte vorab erstellen.

Weitere Infos - Auswahl an Regionalportalen:

- <http://www.stadtbranchenbuch.com/>
- <http://www.cityreview.de/>
- <http://www.regional-welt.de/>
- <http://www.yellowmap.de/>
- <http://www.meinestadt.de/>
- <http://www.markt.de/>
- <http://www.klicktel.de/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.3. Branchenportale

Eintragung des Anwalts- und/oder Kanzleiprofils in Branchenportalen der Zielgruppe; die Eintragungen sind teilweise kostenpflichtig, das Preis-Leistungsverhältnis ist im Einzelfall zu prüfen, Beschreibungstexte der Kanzlei und der Anwälte vorab erstellen. Weiterhin bietet sich die Teilnahme an Diskussionsforen in der Zielbranche an; dort werden in der Regel immer Diskussionen über rechtliche Themen geführt. Welche Portal geeignet sind, ist je nach Branche / Zielgruppe zu prüfen.

Weitere Infos

- <http://www.top100-business-blogs.de/top100/tops>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.4. Allgemeine Webkataloge

Eintragung des Anwalts- und/oder Kanzleiprofils in allgemeinen Webkatalogen; die Eintragungen sind meist kostenfrei, ggf. muss aber ein Backlink eingerichtet werden. Qualität der einzelnen Kataloge hinsichtlich Besucherzahlen und Akquisitionspotential ist sehr unterschiedlich. Erwartungen sollten nicht zu hoch angesetzt werden. U.U. sinnvoll ist allerdings der Eintrag unter dem Gesichtspunkt Suchmaschinenoptimierung. Anzahl der Kataloge ist kaum überschaubar. Beschreibungstexte der Kanzlei und der Anwälte vorab erstellen und variieren.

Weitere Infos (Übersicht über Webkataloge)

- <http://www.konzept-welt.de/webkatalog.html>
- <http://www.seo-united.de/webverzeichnisse.txt>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.6. Social Bookmarks (öffentliche Lesezeichenverzeichnisse)

Eintragung der Anwalts- und/oder Kanzleiwebsite als öffentliche Bookmarks; die Eintragungen sind kostenfrei. Qualität der einzelnen Bookmarks hinsichtlich Besucherzahlen und Akquisitionspotential ist sehr unterschiedlich. Erwartungen sollten nicht zu hoch angesetzt werden. Sinnvoll ist allerdings der Eintrag unter dem Gesichtspunkt Suchmaschinenoptimierung. Die Anzahl der Social Bookmark Verzeichnissen ist stark steigend. Beschreibungstexte der Kanzlei und der Anwälte vorab erstellen und variieren.

Weitere Infos

- <http://shop-seo.de/10.html>
- http://www.seo-united.de/social_bookmarks.txt

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.11. Communities

Teilnahme an Online-Kontaktbörsen mit beruflichem Themeneinschlag. Relativ neuer und interessanter Ansatz der Kontaktmöglichkeit.

Weitere Info (Auswahl für Rechtsanwälte geeigneter Plattformen):

- <http://www.studivz.net/>
- <https://www.xing.com/>
- <http://de.facebook.com/>
- <http://www.wer-weiss-was.de>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Auf der Standspur rechts überholen

Neben den vorgenannten Maßnahmen stellt SEO ein wesentliches und eigenständiges Marketinginstrument im Internet dar. Da mittlerweile die Zahl der Websites (auch der Anwaltsseiten) kaum noch überschaubar ist, nutzen viele User Suchmaschinen, um die für sie interessanten Webseiten zu finden. Durch eine gute Positionierung in den Suchmaschinen haben Sie deshalb die reelle Chance der Mandantengewinnung.

Suchmaschinen nutzen zur Ermittlung des Ranking einen Algorithmus. Der genaue Algorithmus ist zwar nicht bekannt und wird ständig weiterentwickelt. Jedoch gibt es bestimmte Kriterien, für deren Anwendung eine hohe Wahrscheinlichkeit spricht. Es ist deshalb möglich, eine Website im Hinblick auf das Ranking in Suchmaschinen zu optimieren. Allerdings darf man es nicht übertreiben, da sonst auch eine Abstrafung durch Suchmaschinen möglich ist (Verbannung aus den Suchergebnissen). Es gehört also etwas Fingerspitzengefühl dazu eine Website gut in den Suchmaschinen zu platzieren. Der Charme des SEO besteht auch darin, dass sich dieses langfristig auszahlt. Hat eine Website einmal ein gutes Ranking, ist die Chance, dass dieses für eine längere Zeit bestehen bleibt, recht hoch. Nachteil ist, dass kurzfristige Erfolge nicht möglich sind, ein Vorlauf von 3 bis 6 Monaten ist zu kalkulieren.

Zur Zeit ist die Google[®] die mit großem Abstand am meisten genutzte Suchmaschine (Marktanteil ca. 90%). Von einer gewissen Bedeutung sind noch Yahoo[®] und MSN[®]. Bei allen Optimierungen ist zu beachten, dass ein wirklicher Werbeeffect nur erzielt wird, wenn ein Ranking bei den gewünschten Suchworten unter den ersten 10 Ergebnissen (optimal den ersten drei Ergebnissen) erreicht wird, da kaum ein Nutzer sich die zweite Seite der Suchergebnisse ansieht.

3.1. Allgemeines

Erste Informationen über SEO zum eigenen Verständnis der Zusammenhänge sammeln. Soweit SEO an einen Dienstleister ausgelagert wird, kann auch ein wenig Backgroundinformation nichts schaden.

Weitere Infos (Auswahl)

Allgemeine Infos

- <http://www.abakus-internet-marketing.de/Suchmaschinenoptimierung/grundlag.htm>
- <http://seo-news.de/archives/2008/02/04/grundlagen-der-suchmaschinenoptimierung>
- <http://www.internet-marketing-hilfe.de/Suchmaschinen-Marketing-Kurs.pdf>
- <http://www.webmasterpro.de/management/article/seo-einfuehrung-suchmaschinenoptimierung.html>
<http://www.theboxtank.com/suchmaschinenoptimierung/seo-einfuehrung.html>

Google-Richtlinien (wichtig)

- <http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=de&answer=35769>

Glossar der Begriffe zum Suchmaschinenmarketing:

- <http://www.lexikon-suchmaschinenoptimierung.de/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.3. Seitenoptimierung (onpage)

Vorbereiten der Website auf Suchmaschinenfreundlichkeit, z.B. Keyword in den Domain- und Dateinamen der Unterseiten, Webseitentitel, Seitenbeschreibung, Metatags, Überschriften, Sitemaps, gute, auf den Inhalt der Website bezogene Inhalte usw. Für die Umsetzung sind technische Vorkenntnisse in der Erstellung von Webseiten erforderlich. Eine Einführung in die Onpageoptimierung bieten auch die oben unter **3.1.** gelisteten Links.

Weitere Infos

- <http://grundlagen-computer.de/seo/onpage-optimierung-seo-tutorial>
- <http://www.nneb.de/onpage-optimierung/10-tipps-zur-onpage-optimierung-onpage-masnahmen>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.4. Linkaufbau / Linkbuilding

Das wesentliche Kriterien für das Ranking in Suchmaschinen sind externe (Back)Links (s. Glossar), die auf die eigene Website verweisen. Die Kriterien, die Suchmaschinen dabei zugrunde legen sind zwar nicht exakt bekannt, aber es gibt bestimmte Wahrscheinlichkeiten, die ein Ranking positiv beeinflussen können.

Der Aufbau von Linkpopularität für eine Website ist zum einen nicht einfach und zum anderen recht zeitintensiv. Es kommt dabei nicht nur auf die reine Anzahl der Links an, sondern auch auf deren Qualität. Z.B. ist die wahllose Eintragung in Webkatalogen und Linkverzeichnissen (s.o.) heute kaum noch sinnvoll.

Ein beliebtes Mittel die eigene Linkpopularität zu erhöhen ist der Linkkauf und als Abwandlung davon der Linktausch. Beides ist nach den Richtlinien der Suchmaschinen nicht gestattet, wird aber dennoch stark betrieben.

Weitere Infos (Einführung)

- <http://www.conceptx24.com/linkbuilding>
- <http://www.online-marketing-breuer.de/linkbuilding-blog/10-merkmale-fuer-einen-hochwertigen-linktausch/>

to do

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.5. Hilfsmittel / Tools

Erfolgreiches SEO ist – neben einem erheblichen Zeitaufwand - ohne Hilfsprogramme und Tools kaum möglich. Sie finden anliegend eine Übersicht über wichtige Tool, Software und Links, die Ihnen bei der Suchmaschinenoptimierung helfen können.

Weitere Infos

Allgemein

- <http://www.domaintools.com/>
- <http://de.linkvendor.com/>
- <http://www.seo-check.info/>
- <http://www.fi-ausbilden.de/seo-tools/aktion/kategorie-anzeigen/kategorie/serp-keyword-checker/link//b09244a1ce.html>
- <http://www.abakus-internet-marketing.de/tools/online-tools.htm>
- <http://www.iwebtool.com/>
- <http://www.theboxtank.com/>

Eigene Websiteanalyse / Erfolgskontrolle

- <https://www.google.com/analytics/home/>
- <http://www.etracker.de/>
- <http://www.ibusinesspromoter.de/>
- <http://www.websuxess.de/>

Keywordanalyse

- <http://www.keyword-datenbank.de/>
- <http://www.ranking-check.de/keyword-datenbank.php>

Linkpopularität

- <http://www.ranking-hits.de/tools.php>
- <http://www.ibusinesspromoter.de/>

Suchmaschinenranking

- <http://www.philaware.de/>
- <http://www.copernic.com/index.html>

Kataloganmeldungen

- <http://www.acebit.de/>
- <http://www.eintragungssoftware.net/suchmaschinen/gratis-suchmaschinenanmeldung/Kataloganmeldung-Suchmaschinenanmeldung.shtml>

Linktauschbörsen

- <http://www.gute-linkpartner.de/>
- <http://www.link-partner.net/>
- <http://www.linktausch.de/>

Contentkauf / Contenttausch

- <http://www.contentworld.com/>

4. Keywordanalyse

Die Nadel im Heuhaufen

Als weiteren Service erhalten Sie eine Übersicht über die wichtigsten Ergebnisse in Suchmaschinen mit den themenrelevanten Begriffen aus dem Bereich Steuer, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer. Die Ergebnisse basieren auf einer Analyse der tatsächlichen Eingabe von Suchbegriffen in Suchmaschinen.

Aus den Ergebnissen kann man ableiten, auf welche Keywords es sich lohnt das Suchmaschinenmarketing zu optimieren, denn logischer ist es sinnlos, mit einem Keyword in den Suchmaschinen gut gelistet zu sein, wenn niemand nach den Begriffen sucht.

Position	Suchbegriffe / Keywords	Besucher pro Woche **
1	mietrecht	1.671
2	arbeitsrecht	1.466
3	rechtsschutzversicherung	921
4	rechtsanwalt	787
5	rechtsschutz	748
6	recht	708
7	rechtsberatung	706
8	rechtschreibung	676
9	rechtsschutz	603
10	baurecht	554
11	rechtsanwaelte	507
12	erbrecht	496
13	rechtsschutzversicherung	375
14	markenrecht	348
15	steuerrecht	332
16	familienrecht	307
17	domainrecht	283
18	beamtenrecht	256
19	menschenrechte	254
20	urheberrecht	246
21	verkehrsrecht	245
22	vertragsrecht	240
23	reiserecht	229
24	asylrecht	228
25	gesellschaftsrecht	204
26	sorgerecht	203
27	rechtsschutzversicherungen	190
28	vereinsrecht	190
29	nachbarschaftsrecht	189
30	rechtsanwalt bremen	182
31	wettbewerbsrecht	176
32	insolvenzrecht	174
33	internetrecht	165
34	scheidungsrecht	160
35	strafrecht	151
36	umgangsrecht	135
37	zivilrecht	132
38	kinderrechte	124
39	rechtsanwaltskanzlei	124

zum Vergleich

<i>boerse</i>	4.810
<i>kredit</i>	4.125
<i>geld</i>	4.109
<i>finanzierung</i>	3.376
<i>routenplaner</i>	74.694
<i>wetter</i>	37.292
<i>horoskop</i>	12.979

Position	Suchbegriffe / Keywords	Besucher pro Woche **
1	rechtsanwalt	787
2	anwalt	728
3	rechtsanwaelte	507
4	fachanwalt	166
5	anwaltssuche	141
6	rechtsanwaltskanzlei	124
7	anwaltskanzlei	105
8	rechtsanwaltskammer	90
9	fachanwalt fuer verwaltungsrecht	81
10	rechtsanwalt gebuehren	70
11	anwaltskammer	70
12	anwaltsverzeichnis	69
13	vertragsrecht rechtsanwalt	68
14	staatsanwaltschaft	63
15	rechtsanwalt familienrecht	63
16	anwaltshotline	59
17	rechtsanwaeltin erbrecht	57
18	anwaltsuche	50
19	anwaltsuchdienst	49
20	patentanwalt	47
21	staatsanwalt	46
22	fachanwalt arbeitsrecht	43
23	rechtsanwaltsfachangestellte	43
24	rechtsanwaltsgebuehren	38
25	rechtsanwalt bonn	35
26	verband anwalt	34
27	anwaltskosten	32
28	rechtsanwalt muenchen	32
29	rechtsanwalthotline	32
30	anwalt suche	30
31	rechtsanwaelte heidelberg	30
32	rechtsanwaltsverguetungsgesetz	29
33	rechtsanwalt urheberrecht	29
34	rechtsanwalt berlin	28
35	rechtsanwaelte bremen	28
36	rechtsanwalt koeln	27
37	anwalt muenchen	27
38	scheidungsanwalt	26
39	rechtsanwalt fachanwalt	24
40	anwalt online	24
41	rechtsanwalt frankfurt	23
42	rechtsanwaelte hannover	23
43	haftpflicht-rechtsanwalt	23
44	anwalt suchen	23
45	anwaltskanzleien	22
46	rechtsanwalt hamburg	22
47	rechtsanwalt markenrecht	22

zum Vergleich

<i>boerse</i>	4.810
<i>kredit</i>	4.125
<i>geld</i>	4.109
<i>finanzierung</i>	3.376
<i>routenplaner</i>	74.694
<i>wetter</i>	37.292
<i>horoskop</i>	12.979

Zum Autor

Der Autor ist seit 1987 als Rechtsanwalt tätig und berät schwerpunktmäßig KMU im Bereich M&A, Nachfolge und Kooperation. Über die Weise und Partner KG betreut er seit 2001 zahlreiche eigene und fremde Webprojekte aus den Branchen Corporate Finance sowie Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung im Bereich Webmarketing, Webpromotion und SEO.

Weitere Informationen zur Person finden Sie unter:

- o Xing-Profil: https://www.xing.com/profile/Volker_Weise
- o Website Weise & Partner KG <http://wp-network.de>

Eigene Webprojekte u.a.

- o BusinessForum: <http://www.4-deal.de>
- o Markt-Kanzleien: <http://www.markt-kanzleien.de>

Kontakt:

RA Volker Weise
Rheindorfer Straße 189
Postfach 2261
D-40764 Langenfeld
Tel: +49 (0)2173-920700
Fax: +49 (0)2173-1065459
Mail: volker.weise@weisepartner.de