

# Mehr Aufmerksamkeit für Ihre Praxis-Website

**Suchmaschinenoptimierte Textgestaltung (SEO) sorgt dafür, dass Ihre Homepage von Google hoch gelistet und damit von interessierten Usern überhaupt entdeckt wird.** Von Viktoria Hausegger

Wenn Sie Ihre Praxishomepage gestalten, sollten Sie auch Augenmerk auf die erfolgreiche Positionierung der Webseite legen: Denn wenn ein User in Google nach einem medizinischen Thema aus Ihrem Spezialgebiet sucht, sollte Ihre Webseite bei den Ergebnissen möglichst weit oben stehen – vor allem höher als die Mitbewerber.

Um dies zu erreichen, sind mehrere Punkte zu berücksichtigen. Vor allem sollte Ihre Website Suchmaschinen-optimiert sein.

## Suchmaschinenoptimierung

Mit Suchmaschinenoptimierung (englisch Search Engine Optimization: SEO) sind grundsätzlich alle Maßnahmen gemeint, die darauf abzielen, dass Webseiten im Suchmaschinenranking auf höheren Plätzen erscheinen. Im Zuge der SEO wird daher eine Internetseite so aufbereitet, dass sie von den Programmen der Suchmaschinen optimal verarbeitet werden kann. Gerade hier zeigt sich der Unterschied, ob eine Webseite von einem Experten oder einem Laien gestaltet wurde.

Gibt ein User beispielsweise in Google einen einzelnen Suchbegriff ein, werden in der Regel mehrere Millionen Ergebnisse geliefert – die der User niemals alle durchsehen kann. Laut mehreren Untersuchungen haben gerade einmal die ersten zehn eine Chance, vom Leser wahrgenommen zu werden. Die SEO setzt genau an diesem Punkt an: Die Seite wird dahin gehend optimiert, dass sie bei einem bestimmten Keyword unter die ersten zehn Ergebnisse kommt.

## Einflussreiche Faktoren

Laut diversen Internetexperten sind es vor allem vier Faktoren, die bei der erfolgreichen Positionierung – dem Google-Ranking – eine überragende Bedeutung haben: die Glaubwürdigkeit und Autorität der Webseite, die Linkpopularität einer einzelnen Webseite, die Linktexte der externen Links und die Verwendung von Schlüsselbegriffen (Keywords) innerhalb der Webseite. Diese Faktoren haben laut den Experten einen Einfluss von über 80 Prozent.

- **Glaubwürdigkeit und Autorität:** Dabei dreht es sich vorrangig um die Qualität der Inhalte einer Webseite. Ist diese mangelhaft, so wirkt sich dieser Umstand umgehend auf die Verweildauer der Leser aus: Die Webseite wird vielleicht häufig aufgerufen aber nach kurzer Zeit von den enttäuschten Lesern auch wieder verlassen. Für Dienstleister, die im Gesundheitsbereich tätig sind (speziell Ärzte) hat in diesem Zusammenhang ein Aspekt eine besondere hohe Bedeutung: die Seriosität.
- **Linkpopularität:** Die Popularität derjenigen externen Seiten, die sie



**Viktoria Hausegger**  
Geschäftsleitung mehr.wert. für  
ärzte und apotheker © privat

„Ein Blog kann kräftig dazu beitragen, die Popularität Ihrer Praxishomepage zu steigern“

auf Ihrer Webseite verlinken, ist ein entscheidender Faktor.

- **Linktexte der externen Links:** Für alle Seiten, die Sie auf Ihrer Webseite verlinken, gilt prinzipiell das Gleiche wie für Ihre eigene Webseite: Die Qualität und Seriosität der Inhalte muss stimmen. Natürlich haben Sie darauf keinen direkten Einfluss, umso wichtiger ist die Auswahl dieser externen Links.
- **Schlüsselbegriffe (Keywords) im Text:** Eine sehr hohe Bedeutung wird der Verwendung von Schlüsselbegriffen (Keywords) in den verschiedenen Texten auf einer Webseite zugeschrieben. Das heißt, dass diejenigen Texte, die Sie zu einem Thema verfassen, von den Suchmaschinen umso höher gelistet werden, je besser Ihre

Schlüsselbegriffe mit denen übereinstimmen, welche die Suchmaschinen dem Thema zuordnen

Doch wie schon weiter oben erwähnt: Es geht nicht nur darum, möglichst viele Besucher auf Ihre Seite zu locken – die Inhalte Ihrer Webseite müssen diesen Besucher auch zu einer längeren Verweildauer veranlassen. Die dafür wichtigsten Faktoren sind schnell zusammengefasst: einzigartiger Inhalt und „Freshness“, also Aktualität der Inhalte. Eine gute Möglichkeit, um diese Kriterien zu erfüllen, bietet das Bloggen.

## Der Blog – mehr als nur ein Tagebuch

Ein Blog kann kräftig dazu beitragen, die Popularität Ihrer Praxishomepage zu steigern. Unter einem Blog versteht man ein auf einer Website geführtes und damit meist öffentlich einsehbares Tagebuch in dem ein Blogger in regelmäßigen Abständen Aufzeichnungen führt oder seine Gedanken zu einem spezifischen Themenbereich niederschreibt. Anders als bei den meisten „normalen“ Texten auf der Website fühlt sich der Leser von einem Blog direkt angesprochen – das persönliche Element zählt zu den großen Vorteilen eines Blogs, wenn es darum geht, die Bindung der Leser zu einer Website zu verstärken.

## Emotionen: Ja, aber mit Augenmaß!

Wenn Sie einen Blog unterhalten, dann sollten Sie auch darauf achten, mit Emotionen zu arbeiten. Laut Internet-Experten werden emotionale Artikel und Einträge häufiger verlinkt als solche, welche rein sachlich informieren. Dabei

haben die Fachleute eine Emotionen-Hitliste aufgestellt (die aber mit Vorsicht zu genießen ist, denn gerade für seriöse Unternehmen – explizit ist hier die Gesundheitsbranche gemeint – kommen gewisse „Stilmittel“ selbstredend nicht in Frage):

**Angst:** Wer mit Angst arbeitet, hat rasch viele Interessierte – ich rate jedoch dringend davon ab, da sich dieses Stilmittel nicht mit dem Berufsethos und dem Selbstverständnis eines Arztes vereinbaren lässt!

**Stolz:** Etwas, worauf Sie stolz sind – eine besondere Behandlung, eine spezielle Serviceleistung – lässt sich in einem Blog-Artikel immer gut verarbeiten. Scheuen Sie sich nicht, Ih-

re Vorzüge in einem Blog darzustellen – allerdings eher die Hintergründe und Überlegungen, warum Sie diese Behandlung bzw. Serviceleistung anbieten. Ein Blog soll nicht wie eine Werbebroschüre wirken!

**Aufregung/Erregung:** Aufmerksamkeit erregen Sie auch, wenn Sie mit einem Blog die Leute in Aufregung versetzen können, durch eine Vorankündigung einer neuen Behandlung oder einer Serviceleistung, die man in Zukunft bei Ihnen in Anspruch nehmen kann.

**Überraschung:** Wer überraschen kann, der hat meist genügend Zulauf. Mit ein bisschen Nachdenken finden Sie sicher auch als Zahnarzt Themen, mit denen Sie Ihre Patienten überraschen.

**Neid:** Neid mag zwar Aufmerksamkeit erregen, aber auch von diesem Stilmittel rate ich dringend ab, da der Begriff (zu Recht!) negativ besetzt ist!

**Humor:** Wer humorvoll schreibt, gewinnt das Herz vieler Leser. Bei medizinischen Themen gilt es natürlich, dabei höchst sensibel vorzugehen!

Alles in allem sollten Sie sich bewusst sein, dass ein Blog prinzipiell eine wunderbare Sache sein kann – dass dabei aber auch viele essenzielle Aspekte zu berücksichtigen sind. Sollten Sie ernsthaft über die Einführung eines Blogs auf Ihrer Webseite nachdenken, ist es in jedem Fall ratsam, professionelle Beratung einzuholen.

## Korrespondenz:

Viktoria Hausegger  
Geschäftsleitung mehr.wert.  
für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt  
Tel.: 0664/460 16 35  
www.mehrwertmarketing.at  
E-Mail:  
office@mehrwertmarketing.at

## INITIALZÜNDUNG FÜR IHR PRAXISTEAM:

Fr. 08.05., Sa. 09.05. und Sa. 20.06.2015, wieder in Wien  
2 ½ Tage, die sich auf alle Fälle lohnen!

## Geförderter Kompaktlehrgang

### DIE PROFESSIONELLE ARZT-ASSISTENTIN

Förderung von 50 % der Kurskosten möglich -  
5 % Sonderbonus für ZAHNARZT-LESER!

#### Lehrgangsinhalte des Steiligen Kompakttrainings:

- ✓ Das Unternehmen Zahnarztpraxis – neue Anforderungen spielend meistern
- ✓ Kommunikation + Telefon - Visitenkarte Ihrer Ordination; der erste Eindruck zählt (Zweitag)
- ✓ Der erfolgreiche Umgang mit schwierigen Patienten, Konflikte meistern, Konflikte nutzen!
- ✓ Zeit und Persönlichkeit - typgerechtes Selbstmanagement im Alltag
- ✓ Souveränes Auftreten - beeindruckend mit Patienten umgehen

Begrenzte Teilnehmerzahl sichert hohe Betreuungsqualität. Sonderkonditionen nutzen und rasch anmelden! Kosten ohne Förderung + Rabatt: Euro 895,-/Teilnehmerin

#### ✓ AUFBAUENDE ZUSATZMODULE OPTIONAL BUCHBAR:

- Fr. 19.06. 14.00-18.00 h: Erfolgreich arbeiten im Team
- Sa. 12.12. 10.00-18.00 h: a) Effiziente Vorbereitung der Praxis-Buchhaltung  
b) Praxismarketing - unverzichtbares Basiswissen für die moderne Praxismanagerin

Unverbindliche Informationen u/o Anmeldung: Tel: + 43 (0) 664 - 460 16 35, Viktoria Hausegger, mehr.wert für ärzte und apotheker, office@mehrwertmarketing.at; www.mehrwertmarketing.at