

## SEO für Ärzte

### Unsere SEO-Tipps für die Medizinbranche

Eine der häufigsten Berufsgruppen, die in meiner Zeit als Online Marketing Beraterin zu meinen – haha – Patienten gehören, sind Ärzte.

Suchmaschinenoptimierung für Ärzte unterscheidet sich im Großen und Ganzen nicht von der für andere Websites. Jedoch gibt es einige Punkte zu erwähnen, die ich persönlich für sehr wichtig halte und die ich heute mit Euch teilen möchte.



Ob Internisten, Kardiologen, Proktologen oder Gynäkologen – so verschieden wie die Spezialisierungen sind auch deren Websites.

Jedoch gibt es einen roten Faden, an dem man sich entlang hangeln sollte, um die Website zum Erfolg zu führen.

## 1. Vergesst das technische SEO nicht

Auch wenn dieser Punkt so breitgetreten ist, wie der ärztliche Rat „Trinken Sie ausreichend Wasser“ (Den man übrigens wirklich beachten sollte! Bessere Haut, man fühlt sich fitter, ... Okay, ich schweife ab, zurück zum Thema.).

Das Essentielle für ein erfolgreiches Ranking ist ein solides, technisches Grundgerüst. Dazu gehören u.a.

- Ansprechende Titles und Descriptions mit Handlungsaufforderungen und Optimierung auf die wichtigsten Keywords
- Funktionierende HTTPS Verschlüsselung
- Sinnvolle, interne Linkstruktur
- Strukturierte Überschriftenstruktur (H1, H2, H3, ...)
- Saubere Backlinkstruktur
- Entfernen von Duplicate Content

## 2. Pfllegt den Google My Business Account

Nutzt Google My Business, um potenziellen Kunden eine schnelle Übersicht zu Öffnungszeiten, Telefonnummer oder Adresse zu geben. Füllt den Eintrag sorgfältig aus und hinterlegt Fotos Eurer Praxis.

[Rezension schreiben](#)

**4,5** ★★★★★ 58 Rezensionen Sortieren nach: Relevanteste

**1** Rezension  
 ★★★★★ vor 6 Monaten  
 Tolles Studio mit absolutem Wohlfühlfaktor!! Team super nett u kompetent...ich liebe es dort zu trainieren...  
 👍 1

**Antwort vom Inhaber** vor 6 Monaten  
 Hi... Danke für dein positives Feedback!!!

**22** Rezensionen  
 ★★★★★ vor 8 Monaten  
 Sehr unfreundliches Personal, man sollte schon wissen wie man mit Kunden umgeht! Aber wenn der Chef schon so ist was erwartet man vom Personal ... Nicht weiter zu empfehlen ...  
 👍 9

**Antwort vom Inhaber** vor 8 Monaten  
 Hallo... danke für deine ehrliche Bewertung. Unser TEAM ist immer bemüht eine kundenorientierte Lösung bei Fragen oder Anregungen zu finden. Scheinbar ist uns das in deinem Fall nicht gelungen was uns sehr leid tut. Sollte dein Anliegen noch aktuell sein, nehmen wir uns gerne für dich Zeit. Wende dich am besten direkt an...

**7** Rezensionen  
 ★★★★★ vor 7 Monaten  
 Ich bin seit über 14 Jahren Mitglied in... und bin immer noch gerne im Club. Ich habe stets eine freundliche und kompetente Art vom gesamten Team erlebt. Dadurch erlebt man eine beinahe familiäre Atmosphäre. Das alleine hebt sich schon von anderen Clubs ab, wo ich mich eher als anonyme Nummer gefühlt hatte.  
 5 Sterne sind hier absolut berechtigt - vor allem auch für die langjährige Konstanz in der Qualität.  
 👍 1

**Antwort vom Inhaber** vor 7 Monaten  
 Hi... vielen Dank für deine Bewertung! Das spornt uns an noch Besser zu werden! Bis bald im Training!

**7** Rezensionen  
 ★★★★★ vor 5 Monaten  
 Super!!! Tolles Team. Super Ausstattung und Ambiente. Klimatisiert. Mega! Bestes Fitness Studio im Landkreis. Danke, dass es Euch gibt. Weiter so!  
 👍 1

**Antwort vom Inhaber** vor 5 Monaten  
 Huiii, da freuen wir uns aber! Vielen Dank für das tolle Feedback! Liebe Grüße vor...

Bittet die Patienten, Eure Praxis auf Google zu bewerten, und bedankt Euch dafür. Sollte einmal – wider Erwarten – eine negative Bewertung eintrudeln, geht man folgendermaßen vor:

- Zeitnah auf die Bewertung antworten
- Auf Kritik eingehen und sich entschuldigen
- Höflich, ruhig und sachlich bleiben, auch wenn die Bewertung beleidigend ist
- Kritik annehmen und bietet ein klärendes Gespräch an
- Falsche Tatsachen richtigstellen
- Versichern, dass der angesprochene Vorfall eine Ausnahme war

Mehr Infos zum Google MyBusiness Eintrag gibt es [hier](#).

### 3. Die lokale Zuordnung herstellen

Mittels GEO Daten und Mikroformaten (Strukturierten Daten), die in den HEAD-Bereich der Website im Quelltext eingebunden werden, stellt man die lokale Zuordnung für Google her. Durch die GEO Daten (Koordinaten des Unternehmens) können die Suchmaschinen Euren Praxisstandort leichter zuordnen und somit bei regionalen Suchanfragen besser reagieren.

Die Strukturierten Daten bieten zudem die Möglichkeit, Angaben wie Öffnungszeiten oder Leistungen zu hinterlegen.

### 4. Nutzt ein modernes Design

Helle, freundliche Praxisräume oder dunkle, verwinkelte Zimmer? In welcher Arztpraxis würdet Ihr Euch wohler fühlen?

An dieser Stelle möchte ich die Anekdote anbringen, über einen Arzt, bei dem ich in Behandlung war. Der Doktor war zwar freundlich, doch die Toiletten stets schmutzig und in den Behandlungsräumen roch es wie das letzte Mal vor zehn Jahren gelüftet. Ich wechselte daraufhin den Arzt, weil ich mich dort nie wohl und sicher fühlte.

Die Patienten sollen sich nicht nur in der Praxis wohlfühlen, sondern auch auf der Website.



Eine moderne Website mit hochauflösenden Fotos und einer einfachen Navigation ist das A und O. Auch der unerfahrene Internetnutzer muss sich ein Bild machen können über

- Öffnungszeiten und Sprechzeiten
- Kontaktdaten und Anfahrt, ggf. Parkmöglichkeiten
- Angebotene Leistungen
- Das Team
  - Wer behandelt mich?
  - Wie qualifiziert ist das Personal?

Stellt sicher, dass Eure Website zeitgemäß und übersichtlich ist. Unscharfe Bilder und zahlreiche Klicks, um zu den gewünschten Informationen zu gelangen, wirken abschreckend.

Eine Website für einen Arzt sollte genauso wichtig sein wie die Praxis an sich.

Sind die Räumlichkeiten ordentlich und aufgeräumt? Ist alles sauber und übersichtlich? Ist das Personal freundlich und hilfsbereit? Wird mit modernen Behandlungsmethoden gearbeitet und ist das Personal fachlich auf dem neuesten Stand?

All diese Attribute sollten auch für die Website gelten.

## **5. Macht die Website mobil erreichbar**

Gerade, wenn es den Patienten sehr schlecht geht, haben diese keinen Elan, ihren Desktop PC hochzufahren, um die Telefonnummer ihres Arztes herauszusuchen. Das Smartphone ist schnell zur Hand, die Suchanfrage in wenigen Sekunden gestellt.

Mehr als die Hälfte der Besucher kommen mittlerweile über mobile Endgeräte wie Smartphone oder Tablet. Prüft deshalb, ob Eure Website auch auf iPhone & Co gut angezeigt werden kann, ohne dass der Nutzer herumschrollen oder zoomen muss.

<input type="checkbox"/>	Gerätekatgorie <span>?</span>	Akquisition
		Nutzer <span>?</span> ↓
		<p><b>1.227</b> % des Gesamtwerts: 100,00 % (1.227)</p>
<input type="checkbox"/>	1. mobile	<b>713</b> (58,11 %)
<input type="checkbox"/>	2. desktop	<b>414</b> (33,74 %)
<input type="checkbox"/>	3. tablet	<b>100</b> (8,15 %)

Vor allem sollten wichtige Informationen wie Sprechzeiten und Telefonnummern schnell ersichtlich sein. Vermeidet, dass erst mehrere Seiten aufgerufen müssen, bis der Besucher die Öffnungszeiten und Kontaktdaten einsehen kann.

Idealerweise bindet einen Button ein, über den man mit dem Smartphone direkt zur Terminvereinbarung anrufen kann.

## 6. Schafft Content, Content und Content!

### 1. Kompetenz zeigen

Der Arzt hat jahrelange Erfahrung auf dem jeweiligen Fachgebiet? Das sollte auch auf der Website

erkennbar sein!

In der Praxis wurden zahlreiche Patienten und Patientinnen erfolgreich operiert? Solche Fakten gehören auf die Website!

Die Praxis besitzt ein besonders modernes Diagnosegerät? Das darf gezeigt werden!

Das Personal hat Weiterbildungen gemacht? Listet diese Qualifikationen auf!

Jahrelange Berufserfahrung und Weiterbildungen schaffen Vertrauen, kontinuierliche Fortbildung und neue Geräte stehen für Fortschritt und aktuellen Stand der Wissenschaft.

Hebt hervor, welche Besonderheiten die Praxis ausmacht und überzeugt so potenzielle Patienten, Euch das Vertrauen zu schenken.

## **2. Seid einfühlsam**

Kinder haben Angst vor dem Zahnarzt, Teenager schämen sich vor dem ersten Besuch beim Gynäkologen. Sind wir mal ehrlich, wer fühlt sich schon wohl, wenn er sich vor dem Hautarzt bis auf die Unterhose zur Kontrolle der Muttermale ausziehen muss?

Gebt Kunden das Gefühl, dass diese bei Euch in den besten Händen sind.

Geht auf Eurer Website auf Angstpatienten ein und gebt Tipps, wie man sich auf den Besuch beim Arzt vorbereiten kann:

- Benötige ich einen Überweisungsschein?
- Was muss ich mitbringen? (z.B. Versichertenkarte, Impfpass, Mutterpass, Röntgenaufnahmen, ...)
- Wie läuft die Untersuchung ab?
- Wie lange dauert die Untersuchung?
- Muss ich nüchtern sein?
- Bin ich danach noch fähig, ein Fahrzeug zu führen? Benötige ich jemanden, der mich abholt?

## **3. Optimierte Leistungsübersicht**



# Saubere Zähne gesunde Zähne

- Alterszahnmedizin
- Bleaching
- Cerec Behandlung
- Ernährungsberatung
- Funktionstherapie
- Implantologie
- Kinderzahnheilkunde
- Laserbehandlung
- Naturheilkunde
- Professionelle Zahnreinigung
- Prophylaxe
- Röntgen
- Veneers
- Wurzelbehandlung

min vereinbaren

denn negativ auf den

## Professionelle Zahnreinigung in München

- senkt die Zahl schädlicher Keime im Mund
- stoppt Entzündungen von Zähnen und des Zahnhalteapparates
- sorgt dafür, dass sich Entkalkungen am Schmelz zurückbilden
- sorgt für einen frischen Atem
- minimiert die Erkrankung des gesamten Zahnsystems
- ist die beste Vorsorge gegen Zahnersatz
- stärkt das persönliche Wohlbefinden

Erstellt für alle Leistungen Unterseiten, in denen das Angebot ausreichend beschrieben ist. Optimiert die Landingpages, sodass Traffic darüber generiert wird.

Gerade in großen Ballungsräumen wie z.B. München ist es sehr schwer, Rankings für allgemeine Begriffe wie „Internist München“ oder „Zahnarzt München“ zu erzielen. Geht deshalb auf Longtail- sowie Nischen-Keywords, die die Leistungen plus den Standort kombinieren, wie „Professionelle Zahnreinigung München“ oder „Hautkrebsscreening Rosenheim“.

Strukturiert die Texte auf den Unterseiten mittels einer sauberen Überschriftenstruktur. Nutzt zudem Aufzählungen, Bilder und Tabellen, um den Text noch attraktiver und lesbarer zu machen. Es geht nicht darum, so viel Text wie möglich unterzubekommen.

Das Ziel ist das Erschaffen von informativem Content, der Besuchern weiterhilft und Suchmaschinen die Zuordnung von Leistung plus Region ermöglicht.

Veranschaulicht, welche Behandlungsmethoden genutzt werden. Wie werden Diagnosen gestellt? Nutzt man dafür besondere Geräte? Sind die Mitarbeiter, welche die Zahnreinigung durchführen, dafür besonders geschult?

Gibt Patienten und der Suchmaschine so viel Infomaterial wie möglich. Und wie gesagt, es geht nicht um die Quantität, wichtig ist immer noch die Qualität.

Beachtet zudem, dass es auf jeder Leistungsseite eine Kontaktmöglichkeit für den Nutzer geben sollte. Gibt es einen Button, über den der Besucher direkt einen Termin vereinbaren oder eine Anfrage schicken kann? Ist die Telefonnummer sichtbar?

#### 4. Erstellt ein Lexikon

Mittels eines Lexikons oder FAQ-Bereichs manifestieren man den Status als Experte für Hauterkrankungen, Brustchirurgie oder Frauenheilkunde. Durch die Beantwortung von gängigen Fragen oder der Erklärung von komplizierten Fachbegriffen signalisiert man Patienten und der Suchmaschine, dass sich der Verfasser auskennt. Dass man auf dieser Website und bei diesem Arzt eine Antwort auf die Fragen erhält. Dass er oder sie der beste Ansprechpartner im Landkreis für ihr Fachgebiet sind.

### Fazit: Seid informativ, modern, vertrauenserweckend



Schlüpf selbst in die Rolle eines Patienten. Welche Anforderungen würde dieser an die Website stellen? Welche Informationen suchen sie? Und erhalten sie Antworten auf ihre Fragen? Fühlen sie sich auf der Website gut aufgehoben? Ist die Navigation unkompliziert und die Kontaktaufnahme einfach?

Fragt Patienten mittels eines Fragebogens in der Praxis, während sie warten, was sie von der Website halten und sammelt so Feedback.

Denkt immer daran: Die Website ist das Aushängeschild einer Praxis und sollte genau so gepflegt werden wie die Behandlungsräume.

Titelbild © kebox – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)

Beitragsbild © maxsim – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)