

Damit treffen Handwerker den Nagel auf den Kopf: Top-Suchbegriffe für die gefragtesten Handwerks-Branchen

- **Überblick: Die wichtigsten Schlagworte für dreizehn Handwerks-Branchen in Das Örtliche**
- **2017 gab es innerhalb dieser Branchen mehr als 3,6 Millionen Suchanfragen**
- **Die meistgesuchten Branchen sind Elektrohandwerk, Maler, Heizungen und Tischlereien**

Essen, 16.05.2018 – Erfolgsversprechend und aussagekräftig: Das Örtliche hat die Top-Suchbegriffe für die dreizehn meistgesuchten Handwerks-Branchen zusammengestellt. Basis für die Top-Rankings ist eine Auswertung der gewerblichen Suchen auf www.dasoertliche.de aus dem Vorjahr. Laut einer aktuellen Studie der GfK* haben 2017 knapp 28 Millionen Nutzer in Das Örtliche gewerblich, also nach Unternehmen oder Dienstleistungen, gesucht. Dabei fielen allein den 13 Top-Branchen im Bereich Handwerk über 3,6 Millionen Suchanfragen zu. Insgesamt steht die Suche nach Handwerkern damit auf Platz Drei aller gewerblichen Suchen. Häufiger werden in dem beliebten Verzeichnisdienst lediglich Ärzte bzw. Heilberufe sowie Restaurants bzw. Gaststätten gesucht.

Die meistgesuchten Handwerks-Branchen und ihre Top-Suchbegriffe

Laut Auswertung von Das Örtliche suchen Nutzer im Handwerksbereich vor allem nach Elektrikern. Dicht gefolgt werden diese von Malern und Lackierern, sowie der Rubrik Heizung und der Branche Tischlereien. Für die dreizehn meistgesuchten Branchen werden innerhalb der Infografik die jeweils prominentesten Keywords, also Suchbegriffe, vorgestellt. Die Erhebung der Top-Suchbegriffe in Das Örtliche zeigt, dass es oft mehrere zum Gewerk passende Suchwörter gibt und sie auch als Wortkombinationen eingesetzt werden können. Häufig gibt es auch Varianten in der Schreibweise, beispielsweise „Maler und Lackierer“ oder „Maler Lackierer“, die ebenfalls genutzt werden sollten. Manche Marken, wie zum Beispiel im Heizungsbereich, sind so weit verbreitet, dass sie ebenfalls zu eigenen Suchbegriffen werden. Auch diese sollten aufgenommen werden. Bei den Suchen wird oft auch die Mehrzahl gesucht, also nicht nur „Schreinerei“, sondern auch „Schreinereien“. Häufig werden auch Kombinationen aus Gewerk plus Handwerkernamen gesucht. Auch nach Bezeichnungen zu Qualifikationen wie etwa „Meisterbetrieb“ wird oft geschaut, sodass auch diese nicht vergessen werden sollten.

Wie Handwerker Keywords nutzen können

Suchbegriffe helfen dabei, von den Nutzern besser gefunden zu werden, vor allem, wenn diese online suchen. Wer häufig gesuchte Keywords in seiner Kommunikation nutzt, kann sich folglich mehr Sichtbarkeit verschaffen. Die Suchbegriffe können an verschiedenen Stellen eingesetzt werden und dienen als eine Art digitales Schaufenster:

- Auf der Unternehmens-Webseite: Zum Beispiel im Bereich, der das Unternehmen beschreibt, aber auch auf Unterseiten, die verschiedene Dienstleistungen oder Produkte erläutern. Experten empfehlen je einen Suchbegriff pro Unterseite zu wählen. Für die Startseite zum Beispiel „Schreinerei“ plus Orts- und Namensangabe.
- In den Inseraten bei Verzeichnisdiensten: Wie zum Beispiel unter www.dasoertliche.de. Hier sollten die Eigenbeschreibungen und die Such-Keywords zielsicher ausgeschrieben werden.
- In Werbeanzeigen: Auch hier helfen die Toplisten dabei, die richtigen Dienstleistungsschwerpunkte auszuwählen und aufzunehmen.

Das Örtliche

Ohne Ö fehlt Dir was

Weitere Tipps für mehr Sichtbarkeit für kleine und mittelständische Unternehmen finden Sie auf www.dasoertliche.de/unternehmen.

Über Das Örtliche:

Das Örtliche wird von Deutsche Tele Medien und 96 Verlagen Das Örtliche gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Das Örtliche den Nutzern als Buch, online und mobil über www.dasoertliche.de sowie u.a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2017 verzeichneten die Produkte von Das Örtliche medienübergreifend ca. 1,4 Mrd. Nutzungen*. Die Wortmarke Das Örtliche ist im Markenregister für die DasÖrtliche Zeichen-GbR eingetragen und kennzeichnet u.a. neben der typisch blau-weißen Farbkombination alle Produktausprägungen in sämtlichen Medien.

*Quelle: GfK Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2017; repräsentative Befragung von mehr als 15 Tsd. Personen ab 16 Jahren

Kontakt:

SMART PR GmbH
Yvonne Salcewics
Talstrasse 22-24
40217 Düsseldorf
Tel.: (0211) 2709 – 255
Fax: (0211) 2709 – 252
Mail: salcewics@smart-pr.de

Das Örtliche Service- und Marketing GmbH
Daniel Wurl
Bamlerstr. 1a
45141 Essen
Tel.: (0201) 43 948 – 30
Fax: (0201) 43 948 – 14
Mail: d.wurl@dasoertliche-marketing.de