

## Rezept für mehr Sichtbarkeit: Die Top-Suchbegriffe für Ärzte und Heilberufe

- 95 Prozent der Verbraucher halten Das Örtliche für eine seriöse Informationsquelle\*
- Heilberufe besonders gefragt bei der Suche nach lokalen Dienstleistern
- Die Top-15-Keywords für neun Heilberufe vom Ergotherapeuten bis zum Zahnarzt

**Essen, 12.07.2018** – Sichtbarkeit und Seriösität werden für Heilberufler in Zeiten, in denen die Such- und Bewertungsmöglichkeiten für Patienten im Internet weiter zunehmen, immer wichtiger. Ein erster Baustein für einen seriösen Online-Auftritt ist ein [Eintrag](#) in einem Branchenverzeichnis wie Das Örtliche. Letzteres genießt bei Verbrauchern eine sehr hohe Markenbekanntheit und gilt als wichtige Informationsquelle für die Adressrecherche\*. Aber auch die Wahl der richtigen Keywords für Unternehmensinträge oder die eigene Webseite ist maßgeblich, um als Arzt oder Heilberufler Patienten zu gewinnen.

Das Örtliche hat die Top-Suchbegriffe für neun Heilberufe zusammengestellt\*\*, die Nutzer der Plattform bei ihrer Online-Recherche häufig verwenden. Basis für das Ranking ist eine Auswertung der gewerblichen Suchen auf [www.dasoertliche.de](http://www.dasoertliche.de) aus dem Vorjahr. Laut einer aktuellen Studie der GfK\* haben 2017 knapp 28 Millionen Nutzer in Das Örtliche nach Unternehmen oder Dienstleistungen gesucht. Dabei sind Heilberufe mit einem Anteil von 35 Prozent an der gewerblichen Suche die am meisten gesuchte Berufsgruppe im Online-Verzeichnisdienst, gefolgt von Restaurants bzw. Gaststätten und Handwerkern\*. Sie können daher besonders gut von der Bekanntheit und Akzeptanz des Branchenverzeichnisses profitieren.

### Die Top-Suchbegriffe für Ärzte und Heilberufe

Die Erhebung der Top-Suchbegriffe in Das Örtliche zeigt, dass es oft mehrere populäre Suchwörter gibt, die zu den jeweiligen Heilberufen passen. Besonders häufig ist die Nutzung der Plural- und Singularform des jeweiligen Schlagworts. So sind die Top-Suchbegriffe bei praktischen Ärzten und Zahnärzten beispielsweise „Arzt“ und „Ärzte“ sowie „Zahnarzt“ und „Zahnärzte“. Auch das Wort „Praxis“ in verschiedenen Kombinationen ist bei allen Heilberufen ein wichtiger Zusatz, der die Auffindbarkeit erhöhen kann. Hilfreich kann außerdem ein Hinweis auf etwaige weitere Qualifikationen sein, die man anbietet: So sind zum Beispiel Zusatzbegriffe wie „Kieferchirurgie“ oder „Kieferorthopädie“ bei Zahnärzten ein häufig gesuchtes Schlagwort. Kleine Tippfehler tauchen ebenfalls in den Top-Suchbegriffen für Heilberufler auf: In der Kategorie „Zahnärzte“ zum Beispiel „Zahnartz“ oder „Zahnartzt“. Darüber hinaus wird in der gewerblichen Suche bei Das Örtliche auch nach umgangssprachlichen Synonymen wie „Klinikum“ oder „Doktor“ gesucht.

## Wie Heilberufler Keywords nutzen können

Keywords – auch Suchbegriffe oder Schlagwörter genannt – helfen dabei, besser von den Nutzern 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 „Physiotherapie Krankengymnastik“ plus Orts- und Namensangabe.
- In den Inseraten bei Verzeichnisdiensten: Wie zum Beispiel unter [www.dasoertliche.de](http://www.dasoertliche.de). Hier sollten die Eigenbeschreibungen und die Such-Keywords zielsicher ausgesucht werden.
- In Werbeanzeigen: Auch hier helfen die Toplisten dabei, die richtigen Dienstleistungsschwerpunkte auszuwählen und aufzunehmen.

Weitere Tipps für mehr Sichtbarkeit für kleine und mittelständische Unternehmen finden Sie auf [www.dasoertliche.de/unternehmen](http://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](http://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 Das Örtliche 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

\*\*Spezielle Fachärzte wurden in der Auswertung aufgrund der Vielfalt der Fachgebiete nicht berücksichtigt.

### Kontakt:

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