

So entgehen Zahnärzte der SEO-Agentur-Abzocke

Agenturen gibt es wie Sand am Meer – die richtigen bringen Kunden. Von Ronja Gysin, Schorndorf, Deutschland.

Die Praxis wurde eröffnet und die Homepage steht. Patienten bleiben dennoch aus. Die Lösung: SEO-Optimierung. SEO-Agenturen sind darauf spezialisiert, dass Unternehmen gefunden und Kunden im Web zu ihnen geführt werden. Die falsche Agentur ist jedoch kostspielig und hemmt den Erfolg.

Nur schön, bringt keine Kunden

Eine schöne Homepage nutzt Praxisinhabern nur, wenn sie gefunden werden. Dafür sorgt SEO (search engine optimization). Dabei unterscheiden Spezialisten in Off- und OnPage-Optimierungen. Ersteres findet außerhalb der Website statt. Verlinkungen auf anderen Webseiten, die sogenannten Backlinks, oder Eintragungen in Suchmaschinen sind Hauptbestandteile und sorgen für höhere Relevanz im Internet. Als Hauptinstrument wird Google AdWords, aufgrund seiner Übersichtlichkeit, verwendet. Bisherige Erfolge können damit schwarz auf weiß visualisiert werden. OnPage-Optimierung betrifft hingegen den Inhalt und Aufbau der Homepage. Keywords in Überschriften und Texten, Strukturen oder die Benutzerfreundlichkeit spielen für Suchmaschinen eine wichtige Rolle. Je besser die Optimierung, desto besser crawlt Google nach Homepage-Inhalten, die Praxis rutscht im Ranking nach oben.

Richtungsweiser im Web-Wirrwarr

„Das Internet kann man sich wie einen großen Wald vorstellen, in dem ein Haus, in dem Fall die Praxis, ge-

fundet werden muss“, erklärt Falko Keller, Agenturleiter der Werbeagentur Erdt-Artworks. Das Ziel: Ist ein Patient auf der Suche nach einer Zahnarztpraxis, sollte die SEO-optimierte Praxis oben auf der Google-Ergebnisliste stehen, sofern sich der Behandlungsort in der Nähe des Suchenden befindet. „Gerade für Zahnärzte sollte die umliegende Region im Fokus stehen“, betont Erdt-Artworks-Mann Keller.

Klare Zielgruppe definieren

Auf dem Weg zur richtigen Agentur sollten Zahnmediziner zunächst klären, wer angesprochen werden soll. Die Zielgruppe in alle Richtungen gestreut zu suchen, ist ineffizient und kann hohe Kosten verursachen. „Die Zielgruppe sollte so weit wie möglich zugespielt werden, sodass Agenturen die Website oder Backlinks bestmöglich positionieren können“, rät Falko Keller.

Netzwerk aktivieren

Anschließend ist zu empfehlen, im Bekanntenkreis oder bei Geschäftspartnern nachzufragen, welche Erfahrungen diese mit SEO-Agenturen gemacht haben. Dabei sind sowohl Positiv- als auch Negativerfahrungen von Bedeutung, um sich ein Bild zu machen und bei der Auswahl Fehler zu vermeiden. Hat ein Praxisinhaber eine Empfehlung erhalten, sollte im nächsten Schritt geklärt werden, ob die Agentur für das Projekt geeignet ist.

„Oft hilft ein Blick auf die Referenzen des SEO-Anbieters“, sagt Ralf Wendland. Der Geschäftsführer der Marketingagentur Servicemeisterei

empfiehlt zudem, die Auswahl der Agenturen auf Branchenkenntnisse, Renommee und den Auftritt zu überprüfen. Zusätzlich lohnt sich ein Blick auf die Online-Reputation der Agentur. „Es gibt viele Anbieter in dem SEO-Bereich, die sich durch ihr bisheriges Auftreten ihren guten Ruf beschädigt haben“, so Wendland. Ist die

Checkliste:

- Zielgruppe klar definieren
- Positive und negative Erfahrungen von Bekannten und Geschäftspartnern einholen
- Die empfohlenen Agenturen auf Branchenkenntnissen, Referenzen, Renommee und Auftritt überprüfen
- Nach der Vorauswahl die Einzelheiten im Gespräch klären
- Bei Preisverhandlungen zwischen stetiger und einmaliger Optimierung unterscheiden
- Vorsicht vor großen Versprechen und Seminar-Spezialisten

Vorauswahl getroffen, können Zahn-spezialisten bei einem Erstgespräch alle offenen Fragen und Punkte klären und prüfen, ob die Agentur für eine Zusammenarbeit infrage kommt. Zu vermerken ist: „Die größte Agentur ist nicht immer die bessere Agentur“, sagt Keller.

Investitionen, die sich auszahlen

Geht es um die preislichen Verhandlungen, klaffen Meinungen von Marketingexperten auseinander.

Hier ist zu unterscheiden, ob es um einmalige Optimierungen einer Homepage geht oder ob On- und OffPage-Anpassungen stetig aktualisiert werden sollen. Wird einmalig die Website angepasst, fallen im Schnitt 700 Euro Kosten an. „Je nach Größe und Struktur der Homepage, können die Preise variieren“, erklärt Werbespezialist Keller. Allerdings sollte die SEO auf längere Sicht angepasst werden. „Die Algorithmen von Google ändern sich ständig, daher lohnt es sich, die Praxis der Suchmaschinen-Bedürfnisse anzupassen“, fügt Wendland hinzu. Hier sollten 250 Euro pro Monat für einen spürbaren Erfolg in die heilenden Hände genommen werden. Eine Optimierung ist aufwendig und benötigt Zeit. Gerade bei Zahnarztpraxen, die Patienten in der Region ansprechen. Nach vier bis sechs Monaten sollte dann aber ein spürbarer Aufstieg im Ranking wahrzunehmen sein.

Unseriöse Anbieter erkennen

Doch Achtung! Es gibt, wie in jeder Branche, auch hier schwarze Schafe. „Erfolgsversprechen und schlaue Marketingreden sollten mit Vorsicht betrachtet werden“, warnt Keller. Heutzutage gibt es zahlreiche Workshops, Seminare oder sonstige Veranstaltungen, wonach sich Teilnehmer zu Marketingexperten zählen und gefährliches Halbwissen

anbieten. Natürlich gibt es Talente, die einen Riecher für die richtige Platzierung des Kunden im Netz haben. „Zwei Drittel haben dies allerdings nicht“, urteilt Servicemeister Wendland kritisch. Das Geld ist dann weg, der Erfolg bleibt aus und die Enttäuschung ist groß. ◀



Kontakt

Infos zur Autorin

Ronja Gysin

Stuttgarter Straße 11
73614 Schorndorf, Deutschland
Tel.: +49 7181 4769405
Ronja.Gysin@gmail.com

12-Stunden-Arbeitstage als Gesundheitsrisiko?

Studie am Zentrum für Public Health der MedUni Wien: 40-Stunden-Arbeitswoche als „gesunde Basis“.

Flexiblere Arbeitszeiten, 3- oder 4-Tage-Woche, 12-Stunden-Arbeitstag – die Diskussionen rund um die Aufteilung jener Zeit, die man mit Arbeit verbringt, sind aktueller denn je. Eine nun erschienene Studie von Dr. Gerhard Blasche und Dr. Daniela Haluza am Zentrum für Public Health, Abteilung für Umwelthygiene und Umweltmedizin, zum Ermüdungszustand von Menschen nach einem 12-Stunden-Arbeitstag hat ergeben, dass diese langen Dienste zu einer erheblichen Tagesermüdung führen, die nur schwer auf normalem Weg durch die Tagesfreizeit abgebaut werden kann, andererseits aber Gesundheitsrisiken und erhöhte Unfallgefahren sowie Fehlerhäufigkeit birgt.

Untersucht wurde dazu die Belastung von Altenpflegerinnen in Senioren-Wohnheimen in Niederösterreich und Oberösterreich an 12-Stunden-Arbeitstagen. Das Ergebnis, so die Wissenschaftler: „Der Ermüdungszuwachs während eines 12-Stunden-Tagdienstes ist dreieinhalb mal höher als an einem arbeitsfreien Tag, außerdem nimmt die Ermüdung bei zwei aufeinanderfolgenden 12-Stunden-



Diensten weiter signifikant zu.“ Zusatz: „Die Erholung am Tagesrand reicht in diesem Fall nicht aus, um diese Ermüdung sofort auszugleichen.“

Leistungsknick nach der zehnten Stunde

Nach zwei aufeinanderfolgenden Tagen mit je zwölf Stunden Arbeitszeit müsste man drei Tage freinehmen, um sich vollständig zu erholen,

wie die Studie zeigt. Generell gebe es praktisch bei jedem Menschen spätestens in der zehnten Tagesarbeitsstunde einen deutlichen Leistungsknick – inklusive erhöhter Unfallgefahr im Beruf oder im Straßenverkehr.

Deshalb sollte die Tagesarbeitszeit in der Regel acht Stunden nicht überschreiten, so eine Schlussfolgerung aus der Studie. Dr. Blasche: „Das zeigt, dass unsere derzeitige Regelung

eines 8-Stunden-Tages eine gesunde Basis ist.“ Wer jahrelang 50 oder mehr Stunden pro Woche arbeitet, hat ein erhöhtes Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen bzw. für die Zunahme psychischer Erkrankungen, das gilt insbesondere für Frauen. „Das kommt

genießen zu können, trotz allfälliger Vorteile geblockter Arbeit bei der Kinderbetreuung. Generell neige der Mensch in unserer leistungsorientierten Gesellschaft eher dazu, sich zu verausgaben, daher müssten die Unternehmen darauf achten, dass die

„Nach zwei aufeinanderfolgenden Tagen mit je zwölf Stunden Arbeitszeit müsste man drei Tage freinehmen, um sich vollständig zu erholen.“

wahrscheinlich wegen der höheren zusätzlichen Belastung durch Kinderbetreuung.“

Längere Arbeitstage bzw. geblockte Arbeit seien ebenfalls nicht sinnvoll. Zur Leistungserbringung ist dann aufgrund der fortgeschrittenen Ermüdung eine überproportional größere Anstrengung erforderlich, mit der dazugehörigen Stressreaktion. Überdies verhindert die angestaute Ermüdung, die Freizeit auch richtig

Arbeitnehmer Pausen einlegen und dazu anregen, diese auch wirklich zu nutzen. ◀

Originalbeitrag: Work-related self-assessed fatigue and recovery among nurses. Blasche, G., Bauböck, V. M., & Haluza, D. (2017). International Archives of Occupational and Environmental Health, 90, 197-205. DOI 10.1007/s00420-016-1187-6

Quelle: MedUni Wien