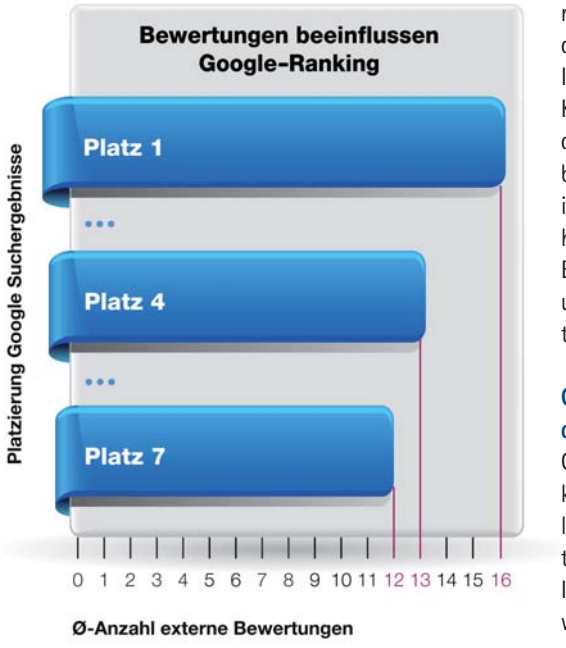
Teil 5: Neues vom Google-Ranking

# Patientenbewertungen im Internet

| Paula Hesse, Jens I. Wagner

Als größte Suchmaschine hat Google für das Internet eine immense Bedeutung. Das nutzen Dienstleister für ihre Zwecke. Da die meisten Internetnutzer Google für ihre Recherchen nutzen, tun auch Zahnärzte gut daran, die Relevanz ihrer Einträge innerhalb Googles zu erhöhen. Da niemand – außer den zuständigen Mitarbeitern bei Google – weiß, welche Algorithmen hinter der „Krake" stecken, gibt es einen ganzen professionellen Bereich, welcher sich mit der Frage beschäftigt: „Nach welchen Kriterien sortiert Google seine Suchergebnisliste?"




Quelle: Sistrix GmbH

Viele kluge Köpfe arbeiten daran, Google zu durchschauen. Thesen werden aufgestellt und verifiziert oder falsifiziert – eine Wissenschaft für SEO-ler. (Das sind Menschen, die sich um die sogenannte Suchmaschinenoptimierung kümmern.) Es gibt viele Theorien und sicherlich auch viele Faktoren, die eine Website für Google interessant machen. Zum Beispiel bekommt eine Internetseite mit qualitativ hochwertigen Backlinks, das heißt eine Internetseite, die auf Internetseiten, die bei Google hoch im Kurs stehen, verlinkt ist, einen der vorderen Plätze innerhalb ihrer Kategorie bei Google.[1] Ebenfalls von Bedeutung ist eine „lebendige" Website, auf der häufig neue Inhalte platziert werden. Eine Internetseite, die nicht gepflegt und damit aktualisiert wird, ist uninteressant für Google.

## Googles kleine Helfershelfer durchsuchen das Internet

Google arbeitet mit Bots; das sind kleine Programme, die automatisch ablaufen. Die Bots von Google durchforsten das Internet und untersuchen den Inhalt aller Websiten. Ohne diese Bots wäre es nicht möglich, Suchergebnisse anzuzeigen. Da die Ergebnisliste bei Google sehr kurz nach der Suchanfrage angezeigt wird, müssen unglaubliche Mengen von Google-Bots kursieren, die ihre Daten zur Analyse an den Server weitergeben.

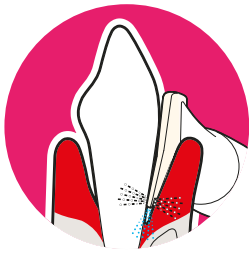
## Bewertungen im Google-Eintrag sind selbstverständlich relevant

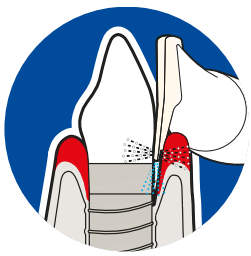
Nun entwickelt sich Google weiter. Die Suchmaschine öffnet sich derzeit weiter dem Web 2.0 und wird langsam zusätzlich zu einem Bewertungsportal. Dienstleister können dort einen kostenfreien Eintrag (früher: Google Places, heute: Google+ local) anlegen. In diesen Einträgen kann zum Beispiel ein Zahnarzt seine Praxis und seine Leistungen vorstellen. In dem Eintrag können Bilder und Sprechzeiten hinterlegt werden, um ihn für Internetnutzer interessanter zu machen. Am interessantesten wird der Eintrag jedoch durch Bewertungen, die Patienten dem Zahnarzt geben. Nicht nur für Internetnutzer, die nach einem neuen oder spezialisierten Zahnarzt suchen, wird ein gut und mehrfach bewerteter Eintrag interessanter, sondern auch für Google. Je mehr Bewertungen ein Google-Eintrag verzeichnet, desto höher ist im Schnitt der Platz, den er in der Ergebnisliste belegt.[2] Dies wurde in einer Studie mit etwa 30.000 Suchanfragen eindeutig nachgewiesen. In dieser Studie der SISTRIX GmbH wurden Google-Einträge aus Ergebnislisten verschiedener Suchanfragen untersucht. Je nach Anzahl der Dienstleister mit bewerteten Google-Einträgen eines Ortes werden hauptsächlich entweder drei („3-Pack") oder sieben Einträge („7-Pack") auf der ersten Google-Suchergebnisseite angezeigt. Für die Studie des Software-Anbieters wurden im November 2011 sowohl 12.365 sogenannte 3-Packs als auch 17.518 7-Packs analysiert (siehe Grafik).

EMS

# KLINISCHE STUDIEN* BEWEISEN ÜBERLEGENHEIT DER ORIGINAL METHODE AIR-FLOW® PERIO → ZUM ERHALT DER NATÜRLICHEN ZÄHNE UND BEI DER PFLEGE VON IMPLANTATEN

* EMS Clinical Evidence unter www.air-flow-perio.de





> PERIO-FLOW® Handstück mit PERIO-FLOW® Düse zur subgingivalen Anwendung

> AIR-FLOW® Pulver PERIO auf Glycinbasis zum schonenden Entfernen des Biofilms

"I FEEL GOOD"

EMS-SWISSQUALITY.COM

AIR-FLOW® ist eine Marke von EMS Electro Medical Systems SA, Schweiz

In den 7-Packs benötigt ein Google-Eintrag selbstverständlich mehr Bewertungen, um an erster Stelle zu stehen als in einem 3-Pack, da 7-Packs bei Suchanfragen mit höherer Konkurrenzdichte innerhalb Googles angezeigt werden.

## Google schaut auf externe Bewertungsportale

Der zweite Teil der Studie von SISTRIX zeigt nun die Bedeutung von Bewertungen auf anderen Portalen auf. Hat ein Eintrag einer Zahnarztpraxis auf einem anderen Portal viele Bewertungen, wird dieser Eintrag für Google relevanter. Viele Bewertungen auch auf externen Portalen führen zu einer höheren Einstufung des Google-Eintrags. Daher ist es wichtig, nicht allein bei Google, sondern auch auf anderen Portalen viele Bewertungen zu verzeichnen.

Zudem ist davon auszugehen, dass in Zukunft die Höhe der Bewertungspunkte auch für Google Deutschland einen Unterschied macht: Positive Bewertungen steigern dann die Relevanz des Google-Eintrages, negative verringern sie. Bisher scheint dieses Kriterium nur in den USA bei Google Ausschlag zu geben.[3]

## Viele gleiche Einträge sind von Vorteil

Entscheidend für das Google-Ranking sind aber nicht nur viele Bewertungen auf externen Portalen, sondern auch die Menge an Portalen, auf denen ein Zahnarzt vertreten ist. Hierbei gilt: Je mehr, desto besser.[4] Allerdings wird in dem Google-Eintrag auf maximal vier externe Portale, auf denen der Zahnarzt bewertet wurde, hingewiesen. Um die Zuordnung der externen Portaleinträge eines Dienstleisters zu dem Google-Eintrag zu gewährleisten, müssen diese Portaleinträge eines Zahnarztes insgesamt einander angeglichen werden. Hat die Praxis Mustermann in jedem Portaleintrag den gleichen Titel, macht sie es den Google-Bots leichter, sie als ein und dieselbe Praxis zu identifizieren.

## Bewertungsportale gezielt bedienen

Um Platz 1 innerhalb der Google-Einträge zu den Zahnarztpraxen ihrer Stadt einzunehmen, muss eine Zahnarztpraxis also viel tun und beachten: Sie benötigt Einträge auf verschiedenen Portalen. Die meisten Arztsuche- und Bewertungsportale erstellen ihre Einträge selbst. Die entsprechenden Daten holen sie sich bei Telefonanbietern oder Adresshändlern. Da dort aber meist nur der Name des Zahnarztes, die Adresse und Telefonnummer verzeichnet sind, gleichen die Titel der Portaleinträge nicht unbedingt dem Praxisnamen. Führt der Zahnarzt Max Mustermann zum Beispiel eine Praxis mit dem Namen „Zahngesundheit Musterstadt", fällt die Zuordnung schwer.

## Portaleinträge pflegen

Erste Voraussetzung für ein gutes Google-Ranking ist also, die Praxiseinträge auf den wichtigsten Bewertungsportalen zu pflegen. Dies kann von jedem Zahnarzt selbst vorgenommen werden. Allerdings muss er dafür wissen, welches die wichtigsten und reichweitenstärksten Portale sind, und sich die Zeit für die Überarbeitung der Einträge nehmen. Für diese Aufgabe gibt es in Deutschland inzwischen einen Dienstleister: DentiCheck bietet den Portaleintragsservice für seine Kunden an. Nach Absprache mit dem Zahnarzt werden die Einträge auf den relevantesten deutschen Portalen angeglichen, vervollständigt und möglichst ansprechend gestaltet. Auf Wunsch kümmert sich DentiCheck auch um Premiumeinträge seiner Kunden auf **imedo.de** oder **docinsider.de** Diese „Upgrades" sind zwar kostenpflichtig, jedoch wesentlich werbewirksamer als die kostenfrei erstellten Einträge. Sie bieten dem Zahnarzt mehr Möglichkeiten, seine Praxis im Internet zu präsentieren.

## Mehr Bewertungen akquirieren

Des Weiteren sollten die Einträge der Praxis auf allen Portalen erstens viele und zweitens aktuelle Bewertungen aufweisen. Für eine Zahnarztpraxis ein kaum zu bewältigender Aufwand, der besser an einen externen Dienstleister übertragen werden sollte. DentiCheck bietet ein System, mit welchem Zahnärzte unkompliziert und ohne großen Mehraufwand für die Praxis Bewertungen ihrer Patienten akquirieren können. Als Experte für deutsche Arztsuche- und Bewertungsportale entwickelt DentiCheck für seine Kunden eine jeweils individuelle Strategie, nach der die Patientenbewertungen optimal auf die verschiedenen Portale verteilt werden. Hierbei werden auch Multiplikatoreffekte genutzt, die durch die Kooperation einiger Portale untereinander entstehen und eine Vervielfältigung von Bewertungen mit sich bringen.

**Literatur:**


1 Kategorien werden durch sogenannte Keywords – Schlagwörter – gebildet.
2 Quelle: http://www.sistrix.de/news/1008-bewertungen-als-rankingfaktor-bei-google-places.html
3 Quelle: http://blog.kennstdueinen.de/2012/0/google-places-ranking-wie-wichtig-sind-bewertungsportale/
4 Ebenda.



ANZEIGE

## kontakt.


**DentiCheck.**
Aktives Bewertungsmanagement.
Gutes Online-Image.
Siemensstr. 12b
63263 Neu-Isenburg
Tel.: 06102 37063117
E-Mail: beratung@denticheck.de
www.denticheck.de

Über GKV abrechenbar*
EQUIA
Eine neue DIMENSION
in der Basisversorgung*
EQUIA – die Kombination aus Glasionomer und Komposit. Erfahren Sie mehr unter: www.equia.info oder 06172 99596-0
*Als Basisversorgung nutz- und abrechenbar für die empfohlenen Indikationen: Restaurationen der Klasse I, unbelastete Restaurationen der Klasse II, kaudruckbelastete Restaurationen der Klasse II (sofern der Isthmus weniger als die Hälfte des Interkuspidalraumes beträgt), Interdentale Restaurationen, Klasse V und Wurzelkariesbehandlung, Stumpfaufbauten
GC