



Google: Sichtbar werden auf Seite 1

Ob für neue Klient:innen, Fachkräfte oder mehr Sichtbarkeit – Google Ads bieten Pflegediensten die Chance, genau dann gefunden zu werden, wenn aktiv gesucht wird.

Wenn Menschen nach einem ambulanten Pflegedienst, einer Betreuungslösung für Angehörige oder einer neuen beruflichen Perspektive suchen, ist Google heutzutage oft die erste Anlaufstelle. Die Folge: In den Suchergebnissen konkurrieren Unternehmen um Sichtbarkeit – und bezahlte Google Ads werden dabei immer relevanter. In diesem Beitrag zeigen wir, wie Werbeanzeigen bei Google funktionieren und wie Pflegedienste beim Suchmaschinenriesen erfolgreich werben können.

Was ist mit Google Ads alle möglich?

Google Ads sind bezahlte Anzeigen, die prominent über den organischen Suchergebnissen erscheinen – und zwar passgenau dann, wenn jemand nach bestimmten Begriffen sucht. Denn Werbeanzeigen basieren auf

Praxistipp: Starten Sie mit Testkampagnen

Sie müssen nicht gleich mit großem Budget loslegen. Ein Einstieg mit 300 bis 500 Euro pro Monat reicht aus, um erste Erfahrungen zu sammeln. Wählen Sie Ihre Keywords auch bei Testkampagnen bewusst aus – etwa „Pflegehelfer Job Dresden“ oder „ambulante Pflege Potsdam“. Achten Sie darauf, dass die Landingpages zu den Erwartungen der Suchenden passen: Wer eine Stellenanzeige anklickt, sollte keine allgemeine Unternehmensseite sehen, sondern konkrete Infos zur ausgeschriebenen Position. Überwachen Sie regelmäßig Klickzahlen, Verweildauer oder Bewerbungseingänge und optimieren Sie bei Bedarf.

zuvor definierten Keywords. Über ein Gebotssystem legen Sie fest, wie viel Sie bereit sind, für einen Klick zu zahlen (Cost-per-Click/CPC). Zusätzlich können Zielgruppen nach Standort, Sprache oder Endgerät eingegrenzt werden. So erreichen Sie exakt die Personen, die gerade aktiv nach einem Angebot oder einem Job in der Pflege suchen. Zudem lassen sich durch regionale Aussteuerung Streuverluste minimieren. Ihre Anzeige wird also genau in der Region ausgespielt, in der Sie tätig sind. Auch bei zeitlich befristeten Kampagnen – etwa zur kurzfristigen Personalgewinnung – liefert Google Ads deutlich schneller messbare Ergebnisse als rein organische Maßnahmen.

Entscheidend ist ein professioneller und seriöser Auftritt: Die Anzeige selbst sollte ohne Übertreibungen oder leere Versprechen formuliert sein. Noch wichtiger ist die Zielseite, auf die die Werbeanzeige führt. Ob Karriereseite oder Leistungsangebot – Ihr

Webauftritt sollte vertrauenswürdig und datenschutzkonform sein. Das bedeutet: verständliche Sprache, transparente Informationen und niedrigschwellige Kontaktmöglichkeiten.

Wirkungsvolles Marketinginstrument für Pflegedienste

Google Ads können ein seriöses und wirkungsvolles Marketinginstrument für Pflegedienste sein, wenn sie professionell und zielgerichtet eingesetzt werden. Dabei ersetzen sie keine ganzheitliche Strategie, können aber punktuell Sichtbarkeit und Reichweite deutlich steigern. Wer die Möglichkeiten strategisch nutzt, profitiert von einer höheren Reichweite – und einem Platz auf der ersten Google-Seite.



Foto: fokus digital GmbH

Giovanni Bruno
Geschäftsführender
Gesellschafter fokus
digital GmbH
www.fokus-d.de



Foto: fotostudio/AdobeStock