

Viktoria Hausegger, Wien

Serie Praxismarketing

## Ihr erfolgreicher Webauftritt

Tipps für die strukturelle und inhaltliche Planung Ihrer Praxishomepage

„Wir müssen ins Netz.“ oder „Irgendwie müssen wir da auch was machen!“ – das hören wir häufig. Bevor Sie jedoch „ins Netz“ gehen oder eine vorhandene Seite überarbeiten, ist es wichtig, einige Fragen zu klären, um ein sinnvolles und effektives Konzept und damit eine erfolgreiche Website zu entwickeln.

### Beantworten Sie sich zunächst folgende Fragen:

#### Was wollen Sie mit den Webseiten erreichen?

Was steht im Vordergrund Ihres Webauftritts? Sollen primär Informationen veröffentlicht werden, sollen potentiell interessierten Patienten die angebotenen (Dienst-)Leistungen näher gebracht werden, soll die Webseite nur eine „erweiterte Visitenkarte“ sein oder sollen Besucher umfangreiche Informationen zur Praxis oder den angebotenen Leistungen und Services der Praxis erhalten?

#### Wen wollen Sie mit Ihrer Homepage erreichen?

Welche Zielgruppe (Interessierte, Patienten, Multiplikatoren, Zuweiser ...) möchten Sie mit der Homepage ansprechen? Ist es die gesamte Zielgruppe, die Sie auch „offline“ mit Ihren Leistungen ansprechen, oder ist es nur ein Ausschnitt der gesamten Zielgruppe (resultierend aus der Tatsache, dass die Internetnutzung sowohl je nach Alter und gesellschaftlichem Status unterschiedliche Nutzungsintensitäten aufweist)?

#### Wo wollen Sie jemanden mit den Webseiten erreichen?

Natürlich im Internet! Aber dies ist die Frage nach dem geographischen Einsatzgebiet und der Reichweite Ihrer Praxis. Konzentrieren Sie sich auf eine bestimmte Stadt oder Region? Wie können Sie sich sinnvoll vernetzen, damit möglichst viele Interessenten auf Ihre Homepage „geleitet“ werden?



Erst, wenn diese Fragen geklärt sind, können Sie damit beginnen, die inhaltlichen Aspekte zu vertiefen:

### Inhalte sind maßgeblich

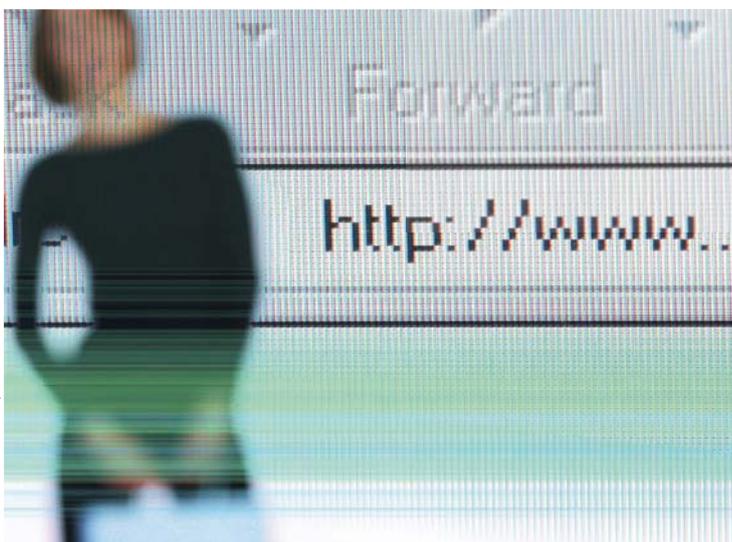
#### Welche Informationen sollen vermittelt werden?

Wie Sie mit bzw. durch Ihre Homepage wahrgenommen werden, bestimmen (neben einer professionellen grafischen Gestaltung, Konzeption und technischen Ausführung) natürlich zu einem großen Teil die Inhalte. Diese sollten auch mit der Zielsetzung des Internetauftritts abgestimmt werden.

Grundsätzlich kann man aber sagen: Ein Internetauftritt sollte heute bereits mehr als eine Online-Visitenkarte sein – vielmehr sollte das Medium Internet mit seiner multimedialen Möglichkeiten genutzt werden, um mit Patienten und Interessenten einen Dialog aufzubauen!

Verzichten Sie auf aufwändige technische Effekte, die auf Kosten fundierter und gut strukturierter Inhalte gehen. Drei Punkte sind auf jeden Fall zu berücksichtigen: wertvolle Informationen, Aktualität, Serviceleistungen.

Als Zahnarzt sollten Sie Ihren Patienten die Möglichkeit bieten, Dinge bereits online erledigen oder in Erfahrung bringen zu können, z.B. Informationen zur Untersuchungsvorbereitung, vielleicht sogar schon die Möglichkeit Termine abzurufen; Links zu den örtlichen



© Buenos Dias / photos.com

Bevor Sie „ins Netz“ gehen oder eine vorhandene Seite überarbeiten, ist es wichtig, einige Fragen zu klären, um ein sinnvolles und effektives Konzept und damit eine erfolgreiche Website zu entwickeln.

© Buenos Dias / photos.com



Wie Sie durch Ihre Homepage wahrgenommen werden, bestimmen – neben einer professionellen grafischen Gestaltung, Konzeption und technischen Ausführung – die Inhalte.

Verkehrsbetrieben oder Hinweise zu Haltestellen oder Parkplatzmöglichkeiten erleichtern Ihren Patienten den Arztbesuch!

### Die Struktur Ihrer Webseite

Zentrale Frage ist die (Navigations-) Struktur Ihrer Webseite. Hilfreich kann es hierbei ausnahmsweise sein, das „Pferd von hinten aufzuzäumen“. Nehmen Sie die detailliertesten Informationen, die sie darstellen möchte und kategorisieren Sie diese soweit möglich. Daraus ergibt sich fast automatisch die erforderliche Navigationsstruktur. Oder sie haben bestimmte Kategorien, die Sie unbedingt darstellen wollen, dann ist dies der Ausgangspunkt in die detaillierteren Informationsebenen. Beachten Sie aber unbedingt: Ihre Besucher sollten mit maximal zwei bis drei Klicks die gewünschten Informationen erreichen können, sonst verlassen sie die Website.

### Das Layout und der „Ton“ Ihrer Webseite

In Abhängigkeit von der Informationsmenge, aber auch entscheidend beeinflusst von Ihren Zielgruppen und der bereits vorhandenen Corporate Identity wird das Layout Ihrer Webseite, das Screendesign, entwickelt.

Gestaltung im Web ist mehr als ansprechendes Design.

Auch wenn es viele Möglichkeiten und Programme gibt, Ihre Internetsite selbst zu programmieren und zu gestalten, sollten Sie diese Aufgabe Profis überlassen.

Bildreiche „Willkommen in meiner Ordination“ – Modelle gehören der Vergangenheit an. Sie werden heute von erstklassiger „Architektur“ ersetzt: User sind professionelle Sites gewohnt.

Konzeption, Gestaltung und Erstellung müssen Hand in Hand gehen: Die optische Gestaltung muss Ihrem Corporate Design entsprechen, eine gut durchdachte

Navigation den Besucher schnell zur gewünschten Information führen und dann – wie von selbst – zu Informationen, die Sie den Interessenten zusätzlich bekannt geben möchten! Sie können die Wege, welche die User durch Ihre Homepage nehmen, aktiv steuern.

### Wichtig: Druck und Web sind zwei verschiedene Paar Stiefel!

Gestalter von Internetsites sollten über sehr gute Fähigkeiten im Screen-Design verfügen – Multimedia-Auftritte gehören in professionelle Hände!

Idealerweise sollten Struktur und Layout ausbalanciert sein. Informationen, die auf dem Web veröffentlicht werden, müssen auch den Regeln des Web-Standards entsprechen. Dies garantiert, dass alle Besucher Ihrer Site die gewünschte Information auch lesen können!

Die Frage der richtigen Umsetzung lässt sich nicht pauschal beantworten. Dafür sind die individuellen Ordinationsziele maßgeblich. Es kann nicht für jeden Zahnarzt eine aufwändige Gestaltung seines Internetauftritts durch eine große Web- oder Werbeagentur empfohlen werden.

Aber sehen Sie sich um, auch für diejenigen Kollegen, denen ein „großer“ Einstieg zu umfangreich ist, gibt es bereits Angebote.



© Buenos Dias / photos.com

Mit einer eigenen Homepage steht Ihnen auch die Möglichkeit offen, sich eigene Email-Postfächer einzurichten. Es empfiehlt sich, diese zu nutzen: Eine Email-Adresse mit einer eigenen Domain wirkt professionell.

Achten Sie dabei aber auf die Kompetenzen der Anbieter, denn eine gelungene Ordinationshomepage ist kein Zufall. Vielmehr ist sie das Zusammenspiel von angewandtem Marketing, professionellem Webdesign und eingesetzter Technik. Suchen Sie sich für die Umsetzung Ihrer Homepage einen Partner, der dieses Zusammenspiel beherrscht und dafür sorgen kann, dass Ihr gewünschtes Image professionell transportiert wird.

### Der geeignete Domain-Name

Prägnant, passend und kurz sollte diese sein. Angesichts der Tatsache, dass täglich tausende Domains registriert werden, ist dies nicht immer eine einfache Aufgabe.

Welche Domains noch frei sind kann z.B. unter [www.nic.at](http://www.nic.at) überprüft werden.

Wichtig: Wenn Sie die Registrierung nicht selbst vornehmen, sollten Sie darauf achten, dass Sie als Eigentümer der Domain registriert werden.

### Eigene Email-Postfächer

Mit einer eigenen Homepage steht Ihnen grundsätzlich auch die Möglichkeit offen, sich eigene Email-Postfächer einzurichten. Es empfiehlt sich, diese zu nutzen, da eine Email-Adresse mit einer eigenen Domain weit professioneller wirkt, als z.B. ...@kabsi.at, oder ...@gmx.at. Abgerufen werden die Emails dann über Outlook oder andere Email-Programme. Achtung! Aus Sicherheitsgründen ist zu empfehlen, den PC mit dem Emails abgerufen werden, nicht in das Praxis-EDV-Netz mit einzubinden. Es sei denn, Sie leisten sich Sicherheitslösungen, wie z.B. eine Firewall.

### Rechtliche Grundlagen

Nur die wenigsten Ärzte kennen die rechtlichen Grundlagen, die für Ihren Internet-Auftritt zu beachten sind. Nur jede zweite Arztpraxis entspricht diesen Anforderungen. Kollegen oder Anwälte ziehen dies gerne als Grund für eine Abmahnung heran.

*Tipp: Sind Sie bereits online, dann prüfen Sie bitte ob Ihr Impressum den neuen gesetzlichen Vorschriften entspricht!*

### Eine zukunftsichere, ökonomische technische Basis

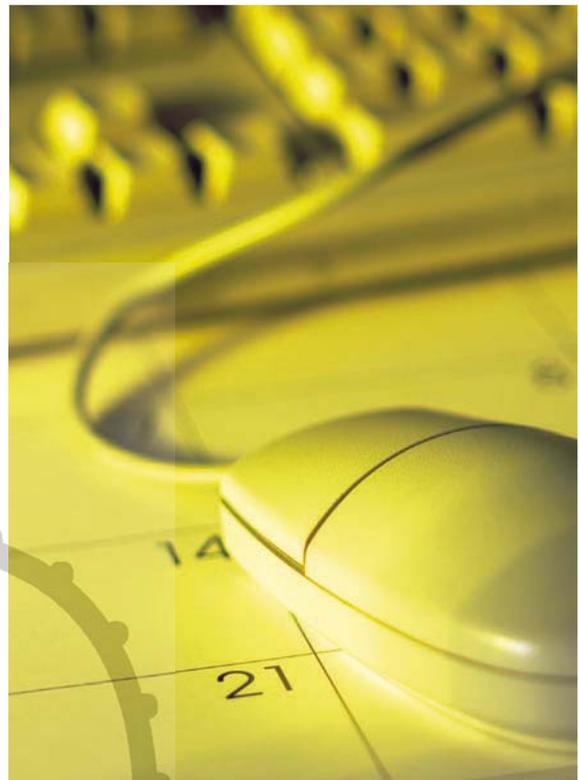
Die Erfahrung zeigt, dass viele Zahnärzte im Laufe der Zeit Ihren Webauftritt gerne um weitere Informationen erweitern würden, weil sich vieles in und um die Praxis weiterentwickelt hat. Das Problem ist hinlänglich bekannt – wird die Homepage nicht auf einem brauchbaren technischen Fundament aufgebaut, ist es für einen Laien fast unmöglich die Inhalte zu adaptieren – lässt man es machen, kostet jede kleine Änderung Geld.

Der aktuelle Stand: Leider sind die meisten Sites tote Seiten. Aufgrund unzureichender technischer Umsetzung sind sie von Suchmaschinen nicht auffindbar, oft sind ihre Inhalte älter als drei Jahre.

Wichtig ist es daher, bereits bei den ersten Planungsschritten, sowohl hinsichtlich der technischen Möglichkeiten, als auch des Screendesigns und in Bezug auf die Struktur, entsprechende Möglichkeiten zur Erweiterung einzuräumen bzw. vorzusehen, um den Umfang von Folgearbeiten (und damit Kosten) bei der Erweiterung zu minimieren.

### Website als Aushängeschild Ihrer Praxis

Die Homepage ist heute bereits eines der wichtigsten Aushängeschilder für Ihre Praxis. Statistiken zeigen, dass sich bereits über 80 Prozent der Patienten Ihren Zahnarzt im Internet suchen.



© Buenos Dias / photos.com

Statistiken zeigen, dass sich bereits über 80 Prozent der Patienten Ihren Zahnarzt im Internet suchen.

Interessierte Patienten erhalten hier bereits den entscheidenden ersten Eindruck von Ihnen, dem Team, Ihren Leistungen, Services und der Atmosphäre in der Praxis.

Entscheidend ist daher, dass bei der Planung, Konzeption, Text- und Bildergestaltung, sowie bei der Umsetzung mit großer Sorgfalt und Professionalität vorgegangen wird. Schnell irgendwie ins Netz“ zu gehen, ist nicht anzuraten. Nehmen Sie sich Zeit, spielen Sie verschiedene Konzept-Varianten durch und greifen Sie auch bei Fotografie und Text auf die Dienstleistungen von Profis zurück.

Auch bereits bei der Planung und Konzept die Beratung durch Fachleute anzuraten. Wir stehen Ihnen schon bereits bei Ihren ersten Überlegungen gerne zur Verfügung.

### Korrespondenz:

Viktoria Hausegger  
Wien  
mehr.wert.  
für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt  
Tel.: +43 664 460 16 35  
E-mail: [office@mehrwertmarketing.at](mailto:office@mehrwertmarketing.at)  
Internet: [www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at)