

## Ordinationshomepage

# Erfolg ist kein Zufall

**Neue Medien haben längst Einzug in unseren Alltag gehalten und werden immer wichtiger. Vor allem das Internet hat sich auf der ganzen Welt etabliert. Heute nützen auch kleinere Betriebe und viele Dienstleistungsunternehmen die Möglichkeiten des Internets.**

Von Viktoria Hausegger | Illustration [www.photos.com](http://www.photos.com)

Auch im „Unternehmen“ Zahnarztpraxis hat das Internet längst Einzug gehalten. Eine Homepage wird heute auch beim Zahnarzt bereits vorausgesetzt. Heute informieren sich bereits rund 80 Prozent der Patienten per Internet über den Arzt. Mit Hilfe des Internets haben Sie die Möglichkeit einer nahezu unbegrenzten Anzahl von Patienten auf einfache Weise über Ihre Ordination zu informieren. Gerade hier ermöglicht das Internet eine Arztauswahl durch Kriterien wie Positionierung der Ordination (was unterscheidet Sie von Kol-

**Kein Kinderspiel – aber im digitalen Zeitalter unerlässlich:** Eine informative, ansprechend gestaltete Homepage ist ein erster Schritt zum Erfolg für Labor und Praxis.

legen), Persönlichkeit des Arztes, Qualifikation, Zusatzgebiete, Serviceangebote und alternative Behandlungsinteressen. Und nicht zu vergessen: Mit einem Internetangebot können Sie auch eine höhere Bindung bereits bestehender Patienten erreichen. Durch zusätzliche Angebote im Internet, die geschützt nur für die Patientengruppen erreichbar sind, können zum Beispiel Termine vereinbart werden oder Informationen und Broschüren über verschiedene Behandlungsmethoden heruntergeladen werden. Hier können Sie dem Patienten Hilfestellungen geben. Hier können Sie auch zuweisenden Kollegen Informationen zur Verfügung stellen, die einen schnelleren und reibungsloseren Ablauf ermöglichen.

## Tipps für die Umsetzung:

### DIE ZIELSETZUNG DER EIGENEN HOMEPAGE

Bevor Sie mit der Umsetzung Ihrer Ordinationshomepage starten, sollten Sie unbedingt die Zielsetzung der Site für sich klären: Was wollen Sie mit der Homepage erreichen? Visitenkarte im Internet? Imagestärkung, Steigerung des Bekanntheitsgrades? Vereinfachen einzelner Praxisabläufe (z.B. Terminvereinbarungen)? Vertrauensbildung? Patientengewinnung oder Patientenbindung?

### DER GEEIGNETE DOMAIN-NAME

- Prägnant, passend und kurz sollte dieser 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 E-Mail-Postfächer einzurichten. Es empfiehlt sich, diese zu nutzen, da eine E-Mail-Adresse mit einer eigenen Domain weit professioneller wirkt, als z.B. ....@kabsi.at, oder ...@gmx.at.

Abgerufen werden die E-Mails dann über Outlook oder andere E-Mail-Programme. Aus Sicherheitsgründen ist zu empfehlen, den PC, mit dem E-Mails abgerufen werden, nicht in das Praxis-EDV-Netz mit einzubinden, es sei denn, Sie leisten sich Sicherheitslösungen wie etwa zuverlässige Firewall. ▶



## INHALTE SIND MASSGEBLICH

Wie Sie mit und durch Ihre Homepage wahrgenommen werden, bestimmen (neben einer professionellen grafischen Gestaltung und Konzeption und technischen Ausführung) natürlich zu einem großen Teil die Inhalte. Diese sollten auch mit der Zielsetzung des Internetauftritts abgestimmt werden. Grundsätzlich kann man heute aber schon sagen: Ein Internetauftritt sollte 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, etwa Termine online abzufragen, Informationen zu Behandlungsmethoden, Links zu den örtlichen Verkehrsbetrieben oder Hinweise zu Haltestellen oder Parkplatzmöglichkeiten erleichtern Ihren Patienten den Besuch in Ihrer Ordination.

## RECHTLICHE GRUNDLAGEN

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

**TIPP:** Sind Sie bereits online, dann prüfen Sie, ob Ihr Impressum den neuen gesetzlichen Vorschriften entspricht.

Leider sind die meisten Sites tote Seiten. Aufgrund unzureichender technischer Umsetzung von den Suchmaschinen nicht auffindbar und die Inhalte sind oft älter als 3 Jahre. 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. Lassen Sie sich bei der Entwicklung Ihrer Homepage von Profis beraten und entscheiden Sie sich für ein brauchbares „Redaktionssystem“ – das sind Systeme, die es auch Nichtfachmännern ermöglichen, Inhalte rasch und einfach zu ändern und zu ergänzen. Der Programmierer von nebenan wird Ihnen keine langfristig zufrieden stellende Lösung anbieten können. Solche erst sehr kostengünstigen Lösungen werden auf Dauer sehr teuer und wirken trotzdem nicht professionell.

## GESTALTUNG IM WEB

Auch wenn es viele Möglichkeiten und Programme gibt, Ihre Internetsite selbst zu programmieren und zu gestalten sollten Sie diese Aufgabe Profis überlassen. Bildchenreiche „Willkommen in meiner Ordination-Modelle“ gehören der Vergangenheit an, sie werden heute bereits von erstklassiger „Architektur“ ersetzt:

User sind heute professionelle Sites gewohnt. Konzeption, Gestaltung und Erstellung müssen Hand in Hand gehen: Die optische Gestaltung muss Ihrem Corporate Design entsprechen, eine gut durchdachte Navigation, um den User schnell zur gewünschten Information zu führen und dann - wie von

## zur person

**Viktoria Hausegger**

**Alter:** 40

**Beruf:**  
Agenturhaberin, Webdesignerin  
Diplomierte Marketing-Managerin

**Werdegang:**

Businesstrainerin und  
Wirtschaftsmoderatorin

(Diplomausbildung Wiener Trainerakademie)

Als Expertin für Dienstleistungsmarketing ist Viktoria Hausegger für die Marketingberatung von Ärzten und Apothekern sowie anderen Berufen im Gesundheitswesen spezialisiert. Langjährige Erfahrung im Marketing und in der Beratung dieser Berufsgruppen zeichnen ihr Verständnis für die besonderen Fragestellungen ebenso wie das Wissen um die ganz speziellen Möglichkeiten dieser Branchen aus.

Co-Autorin des 2006 erschienenen Fachbuches „Wahlarzt in Österreich“. Im Mai 2007 erscheint das Fachbuch: „Erfolgreiches Marketing für die Arztpraxis – verständlich – zielgerichtet – leicht umsetzbar“. Trainerin und Referentin bei Kongressen und Praxisgründungsseminaren – 2006 auch beim postgradualen Universitätslehrgang „Der Arzt als Unternehmer“ an der Uni Salzburg.



selbst - zu Informationen, die Sie zusätzlich bekannt geben möchten. Sie können die Wege, die 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 Arzt eine aufwendige Gestaltung seines Internetauftritts durch eine große Web- oder Werbeagentur empfohlen werden.

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

## info

**Viktoria Hausegger**

**T** +43/664/460 16 35

**M** office@mehrwertmarketing.at

**www.mehrwertmarketing.at**