

Praxissuche im Internet

Schon drin – aber wie?

Jeder Arzt hat heutzutage eine Homepage, oder jedenfalls fast jeder. Aber nicht jede Praxis stellt sich im Web auch professionell dar. Manche Internetauftritte haben heute noch den „Charme“ des Selbstgebastelten. Bei aller Liebe zu Kreativität und Selbstverwirklichung: Eine aktuelle Homepage muss den Ansprüchen eines internetverwöhnten Publikums entsprechen. Hängen Sie die Messlatte also ruhig hoch!

[von Helmuth C. Roeder]

➔ Zum Pflichtprogramm gehört es, dass Ihre Homepage rechtlich und technisch absolut professionell ist. Dazu gibt es mittlerweile jede Menge Hinweise, Artikel und Bücher. Sie sollten zur Sicherheit Ihre Homepage von einem IT-Profi erstellen und von einem Rechtsanwalt prüfen lassen, bevor Sie sie ins Netz stellen. Abmahnungen müssen nicht sein, die Kosten können Sie sich sparen.

Zum Kürprogramm gehört es, dass neben der rechtlichen auch die konzeptionelle Seite sorgfältig geplant und begutachtet wird:

- Ist Ihre Homepage wirklich so aufgebaut, dass Sie Ihnen nützt?
- Ist sie inhaltlich vollständig?
- Erreichen Sie die gewünschte Zielgruppe?
- Wird die Homepage regelmäßig gepflegt?
- Sorgen Sie dafür, dass Sie von Suchmaschinen gefunden werden?

Typische Fehler auf Ärzte-Homepages

Vielen Ärzten ist offenbar noch nicht klar, dass im Internet regional und überregional nach passenden Arztpraxen ge-

sucht wird. Wenn Ihr Angebot einzigartig ist, sind potenzielle Patienten oder Kunden auch bereit, eine Stunde Anfahrt zu Ihnen in Kauf zu nehmen. Erkennt der Suchende auf Ihrer Homepage sofort, in welcher Region er sich gerade aufhält? Die Ortsangabe sollte auf den ersten Blick sichtbar sein. Leider sieht die Realität anders aus. Oft muss man sich erst bis zum Impressum vorklicken, um den Ort zu identifizieren. Auch viele Anfahrtsbeschreibungen gehen davon aus, dass jeder Besucher weiß, in welchem Ort man sich befindet.

Da werden Straßennamen eingesetzt, Ampeln und sogar der nächste Supermarkt zur Orientierung genutzt. Aber man kann nicht erkennen, ob diese Praxis in der Nähe von Hamburg oder doch eher bei München liegt.

Das A und O

Aktualität ist das Stichwort, das bei einer Homepage unbedingt Beachtung finden muss. Manche Ärzte geben zwar viel Geld für die Gestaltung einer edlen Homepage aus, pflegen diese aber nicht.

Oft findet der Suchende unter dem Button „Aktuelles“ den Hinweis „Hier erhalten Sie aktuelle Informationen aus dem Gesundheitsbereich“ – und das war es dann. Oder Sie finden Veranstaltungshinweise aus vergangenen Jahren. Spannend wie ein Telefonbuch vom vorletzten Jahr! Nein, eine Homepage muss gepflegt werden. Wer dafür keine Zeit findet, macht auf diese Weise eher Stimmung gegen die eigene Praxis und schadet damit sich selbst!

Patienten wollen verstehen

Wichtig ist natürlich auch die Verständlichkeit aller Informationen auf einer Ärzte-Homepage. Ich habe beispielsweise auf ärztlichen Internetseiten eine ganze Reihe von Leistungen gefunden, die ich nie in Anspruch nehmen würde – einfach weil ich nicht weiß, wofür beispielsweise Fellingerinfusionen oder Proliferationstherapien gut sein sollen. Es reicht bei Weitem nicht aus, die Namen zu nennen, um das Interesse an

Professionelle Gestaltung:

- Setzen Sie Ihre Internetadresse auf jeden Briefkopf, jeden Flyer und auf jede Anzeige Ihrer Praxis.
- Überlegen Sie, nach welchen Stichworten Ihre potenziellen Kunden suchen würden.
- Betreiben Sie Suchmaschinenoptimierung (oder lassen Sie es von anderen für sich machen).
- Prüfen Sie die Angebote verschiedener Ärzte-Portale, und versetzen Sie sich in die Lage der Patienten.
- Auf einer „richtigen“ Startseite finden sich die wichtigen Infos: Anfahrt, Telefonnummer, Spezialisierung und Öffnungszeiten der Praxis.





der Leistung zu wecken! Auch Teilradiologie oder periphere Doppleruntersuchungen sind nicht selbst erklärend. So eine Auflistung von Leistungen ist kein professionelles Marketing. Sie sollten Ihre Patienten/Kunden neugierig und ihnen die Angebote schmackhaft machen.

Eine erstklassige konzeptionelle Absicht sollte unbedingt hinter Ihrem Internetauftritt stehen. Form und Umfang der Texte müssen wohlüberlegt sein. Wenn unter „Aktuelles“ erwähnt wird, dass kürzlich ein Sauerstoff-Mehrschritt-Therapiegerät angeschafft wurde, interessiert das einen Suchenden wohl wenig.

Die SMT selbst wird mit keinem Wort erklärt. Patienten/Kunden suchen den Arzt, der ihnen zum ersehnten Wohlbefinden verhilft. Es ist deshalb eine gute Idee, seine Homepage für jedermann verständlich zu gestalten! Wer sich für Indikationen oder Erfahrungen interessiert, sollte nicht selber nach Informationen suchen müssen. Also bitte Erklärungen liefern, aber keine Romane. Einen Text über sieben Seiten will niemand lesen.

Optische Darstellung

Ein wichtiges Thema sind auch Fotos auf ärztlichen Internetseiten. Laden Sie Ihre „Besucher“ ein, und präsentieren Sie sich und Ihr Team in Farbe, und zwar mit Fotos vom Profi! Alte eingescannte Passfotos haben auf einer Ärzte-Homepage nichts zu suchen. Wichtig ist es, das Bildmaterial gezielt auszusuchen: Die Bilder sollen Vertrauen in die Praxis stiften. Es macht keinen vertrauensvollen Eindruck, wenn Ihre Mitarbeiterinnen oder die jugendliche Auszubildende gestylt sind wie für ein Casting.

Tun Sie mehr, um die eigene Kompetenz zu unterstreichen. Irgendwo in einem viel zu langen Lebenslauf sind Ihre Qualifikationen verborgen, heben Sie sie gezielt hervor. Was sind

Ihre Praxisschwerpunkte? Bieten Sie einen Hinweis darauf, mit welchen Fachärzten, Kliniken und Zentren Sie gerne kooperieren?

Serviceangebot

Auch Ihre Serviceangebote könnten Sie stärker in den Vordergrund stellen. Weisen Sie darauf hin, wenn Sie Frühaufsteher-, Mittagspausen- oder Late-Night-Sprechstunden anbieten! Bieten Sie einen Online-Terminkalender an! Wenn ich mich im Internet auf die Suche nach Arztpraxen mache, fallen mir immer wieder gravierende Unterlassungsünden auf.

Warum muss man beispielsweise endlos lang klicken, bis man irgendwann die Öffnungszeiten der Praxis herausgefunden hat?

Es gibt noch immer viel zu tun. Doch wenn ich mir anschau, was aus den vorsichtigen Versuchen geworden ist, die vor etlichen Jahren begannen, dann ziehe ich meinen Hut. Heute muss man Ärzten nicht mehr beibringen, dass sie auch Geschäftsleute sind, die im Internet ihre Visitenkarte auslegen. Diese Erkenntnis ist angekommen. Mich freut es!

Vermeidbare Fehler

- Eine strategische Planung fehlt: Es ist nicht ersichtlich, welchen Nutzen Ihnen die Homepage bringen soll.
- Die inhaltliche Umsetzung ist nicht ausgereift: Seiten befinden sich noch im Aufbau, für Fachausdrücke gibt es nur mangelhafte Erklärungen (zum Beispiel bei der Darstellung der Leistungen).
- Die Seiten sind tot: Es finden sich weder aktuelle Nachrichten noch Hinweise auf die letzte Aktualisierung.
- Die sprachliche Umsetzung ist nicht optimal, beispielsweise sind Texte unstrukturiert und überlang.
- Die technische Umsetzung muss gegeben sein. Beispielsweise darf das Surfen nicht durch lange Ladezeiten von Bildern oder PDFs behindert werden. ■

ZUR PERSON



Helmuth C. Roider

Mayer+Roider Praxis-Marketing GmbH | Edekastraße 1 |
93083 Obertraubling
Tel.: 0 94 01 / 60 73 20 | Fax: 0 94 01 / 60 73 33
E-Mail: hroider@vitamed.de