

Die 10 häufigsten Fehler auf Zahnarzt-Websites

Benjamin Sahin

Die Homepage der Praxis eines Zahnarztes sollte gleichermaßen informativ wie sympathisch gestaltet sein. Außerdem gibt es eine ganze Reihe von technischen und marketingbezogenen Basics, welche die virtuelle Visitenkarte eines Zahnarztes im weltweiten Web beachten sollte. Dieser Überblick fasst zusammen, welche typischen Fehler bei der Planung und Verwirklichung von Websites für die Praxis von Zahnärzten heute gemacht werden. In diesem Zusammenhang sind es insbesondere zehn Fehler, die zu vermeiden sind.

1. Das Werbeverbot für Ärzte

Die Website eines klassischen Unternehmens im Business und eines Zahnarztes haben einen wirklich wichtigen Unterschied, den es zu berücksichtigen gilt. Für Mediziner gibt es ein Werbeverbot, das für die Gestaltung der Homepage eine wichtige Einschränkung darstellt. Wird diese Einschränkung nicht umgesetzt, ist dies ein Werbeverstoß des Mediziners, der unangenehm geahndet werden kann. Aus diesem Grund ist es ein echter Fehler, wenn eine zahnmedizinische Website so gestaltet ist, dass sie die einschlägigen rechtlichen Bestimmungen nicht in vollem Umfang umsetzt.

2. SEO

SEO ist das Kürzel für Suchmaschinenoptimierung, im englischen Search Engine Optimization. Mit kompetenter Suchmaschinenoptimierung wird Google als wichtigste Suchmaschine zu einem optimalen Ranking der Website der zahnmedizinischen Praxis veranlasst. Dieses Ranking hängt von einer ganzen Reihe von Faktoren ab, die durch Google immer wieder auch einmal geändert werden.

Suchmaschinenoptimierung ist etwas, was von technisch und werbefachlich ausgewiesenen Spezialisten durchgeführt werden sollte. Mit Schlüsselwörtern und Metadaten, Links und Landingpages, Überschriften-Gestaltung, SEO in den sozialen Medien, Grafiken und Videos wird für den Besucher von Websites ein echter Mehrwert geschaffen, der Patienten neugierig macht und den auch Google belohnt. Für die zahnmedizinische Praxis bedeutet dies im Klartext: Ohne SEO-Optimierung mit dem so wichtigen regionalen Bezug ist es i. d. R. nicht umsetzbar, dass die Homepage der Praxis die relevante Zielgruppe auch wirklich optimal erreicht.

3. Responsive Design

Aktuelle Studien besagen heute deutlich, dass etwa 90 Prozent aller Menschen nach den für sie richtigen Anbietern, also auch nach dem idealen Zahnarzt, im Internet recherchieren. Meist wird in diesem Zusammenhang das Smartphone eingesetzt. Doch das Smartphone hat einen kleineren Bildschirm als der klassische Desktop PC. Deshalb ist es wichtig, dass die Inhalte der Website einer zahnmedizinischen Praxis auch für die kleineren Bildschirme der Handys und Tablets optimal gestaltet sind – beispielsweise kurze Absätze gegen aufwendiges Scrollen. Umsetzbar wird dies alles durch das moderne Responsive Design. Wenn dies nicht verwendet wurde, kann es sein, dass die mangelnde Userfreundlichkeit dazu führt, dass eine Website umgehend wieder verlassen wird.

4. Lesbarkeit

Wenn eine Internetseite angeklickt wird und der User mit schieren Textwüsten bombardiert wird, kann dies bereits ein Nachteil für die Effizienz des Webauftritts sein. Denn der moderne User schätzt es, wenn die Inhalte komfortabel lesbar und durch grafische Elemente aufgelockert sind. Auch in diesem Zusammenhang ist es also eine wertvolle Investition, mit der Planung und dem Design einer Website für einen Zahnarzt eine hoch spezialisierte Webagentur zu beauftragen.

5. Sicherheit ist das A und O

Am 25. Mai 2018 ist die Datenschutz-Grundverordnung der Europäischen Union gültig geworden. Sie dient dem Schutz der personenbezogenen Daten von allen Menschen, die in Kontakt zu einem

Unternehmen einer öffentlichen Einrichtung oder auch einer zahnmedizinischen Praxis treten. Die Website des Zahnarztes ist in diesem Kontext also unbedingt so auszustatten, dass Datenschutz und Datensicherheit lückenlos gewährleistet sind. Dies wird zum einen durch eine technisch anspruchsvolle Verschlüsselung der Website und einschlägige Antivirenprogramme umgesetzt, zum anderen ist es ebenso von hoher Bedeutung, dass die Sicherheit im Rahmen von Updates und Backups der relevanten Daten umgesetzt wird. Auch dies sollte in Zusammenarbeit mit einem Experten erfolgen, denn insbesondere der medizinische Bereich ist sensibel. Datenpannen kann sich heute kein Zahnarzt leisten.

6. Fachterminologie im Übermaß

Bei der Konzeption von Websites für Zahnärzte sollte natürlich berücksichtigt sein, dass diese in aller Regel von zahnmedizinischen Laien besucht werden. Wenn für den Zahnarzt und sein Team die einschlägigen Begriffe, etwa Endodontie statt Wurzelbehandlung, Prophylaxe statt Vorbeugung, Extraktion statt Ziehen von Zähnen und noch viele andere Fachtermini auch der typische Alltag sind, sind dies für den potenziellen Patienten natürlich meist fremde Begriffe. Der Patient schätzt, auch online, wenn er sachkundig und verständlich zugleich informiert wird.

7. Keine Angst!

Patienten, die durch die Hülle und Fülle von zahnmedizinischen Websites im Internet surfen, sind meist diejenigen, für die der Zahnarztbesuch ein wirklich unangenehmes Unterfangen ist. Sind in eine zahnmedizinische Website daher eine ganze Reihe von unangenehmen Begriffen integriert, wird schon aus Selbstschutz oft weitergeklickt. Professionell vermieden werden kann das durch die Wahl von anderen Begriffen. So kann beispielsweise der Begriff „schmerzfreie Behandlung“ durch „schonende Therapie“ und „Vermeidung von Nachbluten“ durch den Terminus „optimale Regeneration“ ersetzt werden.

8. Unseriöse Versprechen

Auch wenn ein Zahnmediziner als Schwerpunkt den Bereich der craniomandibulären Dysfunktion, der CMD, hat – nicht jeder ungeklärte Rückenschmerz ist mit einer solchen verbunden. Deshalb ist es insbesondere bei zahnmedizinischen Websites wichtig, die Seriosität zu beachten. Besser als ein unseriöses Heilungsversprechen ist es, beispielsweise mit dem Status eines Experten einen Blog in die Website zu integrieren. In diesem können solche Themen dann umfassend und korrekt behandelt werden.

9. Zu allgemein?

Mündige Patienten kennen sich heute ganz gut aus, was zum Leistungsspektrum eines modernen Zahnarztes gehört. Internetseiten, die ihnen keinen echten Mehrwert bieten, sind meist unattraktiv. Deshalb ist es das A und O, dass relevante Spezialisierungen der Praxis passgenau integriert werden. Beispiele dafür sind die besonders einfühlsame Behandlung von Angstpatienten oder die flexible Sprechstunde für Berufstätige.

10. Das Serviceangebot der Praxis

Die beste Website kann dadurch konterkariert werden, dass die Serviceleistungen und Rahmenbedingungen der zahnmedizinischen Praxis nicht integriert sind. Dazu zählen Profile von Ärzten und Team, die Öffnungszeiten der Praxis, Parkmöglichkeiten und spezielle Services für Behinderte, Möglichkeiten der Erreichbarkeit und eventuell Netzwerke, die für den Patienten relevant sein könnten.

Fazit

Die Konzeption der Website einer zahnmedizinischen Praxis sollte durch den Profi erfolgen. Seine Kompetenz und Kreativität sind es, welche die Einzigartigkeit der jeweiligen Praxis akzentuieren und für den Patienten attraktiv machen, ohne das Werbeverbot für Zahnmediziner zu Missachten. Technisch und werblich ist die Internetseite dann optimal gestaltet und mit der bestmöglichen Effizienz verbunden. Die Klärung von Fragen oder ein kostenlose Check des eigenen Internetauftritts ist beispielsweise über die Online Marketing Heroes, ihres Zeichens Praxismarketing- und Web Development-Experten möglich.



Benjamin Sahin

- *Studium der Unternehmensberatung an der Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin*
- *2012 – 2012 selbstständig mit Foodfounder*
- *seit 2014 CTO von St.Germaine*
- *2016 – 2019 selbstständig mit Exclusive-ID*
- *seit 2017 CEO von Online Marketing Heroes*

Kontakt:

Online Marketing Heroes
 Bundesplatz 8
 D-10715 Berlin
 Tel. +49 (0)30 / 85 60 47 46
 info@online-marketing-heroes.com
 www.online-marketing-heroes.com