



Jörg Naumann

Die Praxis-Website

Ein Einstieg für Mediziner und
Therapeuten



Springer Vieweg

Die Praxis-Website

Jörg Naumann

Die Praxis-Website

Ein Einstieg für Mediziner und
Therapeuten

 Springer Vieweg

Jörg Naumann
medicalweb
Chemnitz, Deutschland

ISBN 978-3-658-44654-3 ISBN 978-3-658-44655-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-44655-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2024

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: David Imgrund

Springer Vieweg ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
	Literatur	3
2	Das Konzept Ihrer Website	5
2.1	Welche Mission, Vision und Ziele haben Sie?	5
2.2	Definieren Sie Ihre Zielgruppe	10
2.3	Lernen Sie Ihre Mitbewerber kennen	18
	Literatur	22
3	Entwickeln Sie Ihre Themen und Inhalte	23
3.1	Was sucht der User?	23
3.2	Stellen Sie sich vor	25
3.3	Erweiterte Inhalte für Ihre Website	27
	Literatur	31
4	Ordnen, kennzeichnen und verbinden Sie Ihre Inhalte	33
4.1	Worum es bei der Informationsarchitektur geht	33
4.2	Die Makrostruktur Ihrer Website	36
4.3	Die Mikrostruktur Ihrer Website	48
	Literatur	49
5	Setzen Sie auf gutes Webdesign	51
5.1	User trifft Website	51
5.2	Die wichtigsten Designprinzipien	52
5.3	Die wichtigsten Designelemente	60
5.4	Die perfekte Startseite	77
	Literatur	78

6	Achten Sie auf Barrierefreiheit	79
6.1	Barrierefreiheit dient allen	79
6.2	Worauf Sie bei Barrierefreiheit achten sollten	81
6.3	Wichtige Schritte auf dem Weg zur barrierefreien Website	81
7	Wie Sie Ihre Website umsetzen können	89
7.1	Wählen Sie einen Domainnamen	89
7.2	Möglichkeiten, Ihre Website selbst aufzusetzen	91
7.3	Beauftragen Sie eine Agentur	93
	Literatur	97
8	Optimieren Sie Ihre Website für Suchmaschinen	99
8.1	Grundwissen zu Suchmaschinen	99
8.2	OnPage-SEO	102
8.3	OffPage-SEO	110
8.4	Technische Suchmaschinenoptimierung	111
8.5	Warum lokale Suchmaschinenoptimierung für Ihre Praxis wichtig ist	114
8.6	Ihre Praxis auf anderen Plattformen	116
	Literatur	118
9	Wie Sie mit Texten punkten können	121
9.1	Versetzen Sie sich in Ihre Besucher	121
9.2	Wecken Sie Emotionen mit Storytelling	124
9.3	Einfache und leichte Sprache: Verständlichkeit für alle	127
9.4	Kurzeinführung ins Content-Marketing	129
	Literatur	131
10	Nachwort	133
	Literatur	134
	Grundlagen und Begriffserklärungen	135

Über den Autor

Dr. Jörg Naumann ist Zahnarzt, Webdesigner und Autor.

Nach seinem Studium an der Humboldt-Universität zu Berlin und der Promotion zum Dr. med. führte Jörg Naumann von 1994 bis 2022 eine eigene Zahnarztpraxis in Chemnitz. Seit 2023 ist er im Kinder- und Jugendzahnärztlichen Dienst des Landkreises Altenburger Land/Thüringen als Zahnarzt beschäftigt.

1998 gründete Jörg Naumann parallel zu seiner Tätigkeit als Zahnarzt die Webdesign-Agentur medicalweb (www.medicalweb.de), die auf die Erstellung und Pflege von Websites für Ärzte und therapeutische Praxen spezialisiert ist. Ziel seiner Arbeit ist, komplexe Sachverhalte klar und verständlich zu kommunizieren. Dabei ist es ihm besonders wichtig, einfache, barrierefreie und benutzerfreundliche Websites zu erstellen und die digitale Welt allen zugänglich zu machen. Jörg Naumann nahm je dreimal am Biene-Award, dem von Aktion Mensch und der Stiftung Digitale Chancen ausgerichteten Wettbewerb der besten barrierefreien Internetangebote, sowie am Sächsischen Staatspreis für Design teil.

2019 veröffentlichte Jörg Naumann den essential-Ratgeber „Websites für Arztpraxen: Ein Leitfaden zur Konzeption“ im Springer Vieweg Verlag Wiesbaden. Außerdem ist er als Autor für verschiedene (zahn-)medizinische Zeitschriften aktiv.



Einführung

1

Erinnern Sie sich noch an die Zeit, als medizinische Fachkräfte wie Ärzte, Zahnärztinnen und Therapeuten nur über das Telefonbuch, über die Gelben Seiten oder über persönliche Empfehlungen zu finden waren? Das hat sich gründlich geändert.

In unserer digitalen Welt ist eine Website für Praxen unverzichtbar geworden. Laut einer Bitkom-Studie informieren sich 55 % der Internetuser vor ihrer Wahl über Ärztinnen und Ärzte oder medizinische Einrichtungen im Netz. 17 % haben schon selbst eine Online-Bewertung über Ärztinnen, Ärzte oder medizinische Einrichtungen verfasst. Und für 37 % sind Bewertungen von Ärztinnen und Ärzten bzw. medizinischen Einrichtungen genauso wertvoll wie persönliche Empfehlungen von Familie oder Freunden (Bitkom 2023).

Eine gut gestaltete Online-Präsenz ist damit heutzutage für Praxen zur Pflicht geworden. Für viele Patienten ist sie eine der ersten Anlaufstellen bei der Suche nach der passenden medizinischen Betreuung. Sie liefert im Idealfall alle wichtigen Informationen zu Ihrer Praxis und stellt hilfreiche, vertrauenswürdige und nutzerorientierte Inhalte bereit. So kann sie beispielsweise Bilder Ihrer Praxis und Ihres Teams zeigen, Ihre Mission und Vision erläutern, Leistungen auflisten und Erfahrungsberichte zufriedener Patienten enthalten. All das trägt dazu bei, das Vertrauen potenzieller Patienten zu gewinnen und sie zu ermutigen, einen Termin zu vereinbaren.

Aber was ist, wenn Sie ohnehin schon überlastet sind und keine weiteren Termine anbieten können? Die Vorstellung, noch mehr Anfragen zu erhalten, kann demotivierend sein. Vielleicht sehen Sie dann keine Notwendigkeit, Zeit und Geld in einen professionellen Online-Auftritt zu investieren. Allerdings kann Ihnen eine Praxis-Website viel mehr bieten als nur neue Patienten:

- Eine wichtige Aufgabe ist, die Reichweite zu erhöhen. Mit einem guten Online-Auftritt erreichen Ihr Inhalt und Ihre Botschaft ein breiteres Publikum. Er erhöht die Chancen auf Interaktionen und wird durch Suchmaschinen besser bewertet. Hier spielt die Optimierung der Inhalte und der Technik für Suchmaschinen wie Google eine wichtige Rolle. Wer nicht gefunden wird, bleibt unbekannt.
- Über die Website präsentiert sich Ihre Praxis als moderner Arbeitgeber und spricht potenzielle Bewerber an – ohne die Kosten einer Zeitungsanzeige. Stellensuchende finden hier Informationen zu Betriebsklima und Unternehmenskultur.
- Ein professioneller Online-Auftritt kann dazu beitragen, das Praxispersonal zu entlasten, indem er wichtige Informationen bereitstellt, häufig gestellte Fragen beantwortet oder eine Online-Terminbuchung ermöglicht. Dadurch wird die Praxis effizienter und die Arbeitsbelastung verringert.
- Eine eigene Website gibt Ihnen die Möglichkeit, die eigene Online-Präsenz und Ihren Ruf zu kontrollieren. Nahezu jede Praxis und ihre Dienstleistungen werden irgendwo im Internet erwähnt. Eine eigene Website stellt sicher, dass korrekte und positive Informationen über Ihre Praxis leicht zugänglich und sichtbar sind.

Die Welt des Webdesigns und der Online-Kommunikation ist groß und komplex und die Erstellung einer Praxis-Website keine leichte Aufgabe. Aber sie ist machbar!

Dieses Buch ist eine Einführung, die Ihnen helfen soll, ein Grundverständnis für das Thema zu entwickeln. Zu den rechtlichen Fragen rund um eine Website werden Sie in diesem Buch allerdings nur wenig Informationen finden. Zu schnell schreitet hier die Entwicklung voran, als dass ich dieses komplexe Thema hier integrieren möchte. Wenn Sie Ihr Wissen zu diesem und zu allen weiteren Aspekten rund um den eigenen Webauftritt vertiefen wollen, finden Sie am Markt unzählige Bücher, Videos, Artikel und Kurse. Einige davon werde ich Ihnen vorstellen.

Mit Ihrer Website wollen Sie Menschen helfen. Das wird Ihnen nur gelingen, wenn Sie die Fähigkeit entwickeln, sich in sie hineinzuzusetzen, ihre Ängste, Bedürfnisse, Wünsche und Motivationen zu verstehen, ihre Probleme zu lösen und letztlich ein hohes Maß an Empathie und Mitgefühl zu entwickeln. Ich hoffe, Ihnen auf den folgenden Seiten einige meiner Überzeugungen vermitteln zu können.

Für eine bessere Lesbarkeit verwende ich in diesem Buch das generische Maskulinum. Gemeint sind selbstverständlich immer alle Geschlechter.

Abb. 1.1 QR-Code der Website zum Buch. (Quelle: eigene Darstellung)



Die Website zu diesem Buch finden Sie unter www.diepraxiswebsite.de (Abb. 1.1).

Literatur

Bitkom (2023) Mehr als die Hälfte liest Arzt-Bewertungen im Internet. www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Haelfte-liest-Arzt-Bewertungen-Internet. Zugegriffen: 19.11.2023



Das Konzept Ihrer Website

2

Ein Website-Konzept ist vergleichbar mit einem Bauplan für ein Haus. Es dient als umfassender Leitfaden, wie Ihre Website aussehen, funktionieren und welche Ziele sie erreichen soll. Ein solches Konzept ist von entscheidender Bedeutung, denn es stellt sicher, dass Ihre Website genau auf die Bedürfnisse der Patienten zugeschnitten ist und gleichzeitig die Werte und die Professionalität Ihrer Praxis widerspiegelt.

2.1 Welche Mission, Vision und Ziele haben Sie?

Bevor wir aber tiefer in die Konzeption Ihrer Praxis-Website eintauchen, müssen wir ein paar grundlegenden Fragen beantworten: Welche Vision und Mission treiben Sie an? Warum gibt es Ihre Website überhaupt und was wollen Sie mit ihr erreichen? In diesem Abschnitt untersuchen wir das große Warum hinter Ihrer Website und definieren klare Ziele, die Ihre digitale Präsenz leiten sollen.

2.1.1 Das Warum Ihrer Arbeit

Medizinische und therapeutische Dienstleistungen bieten oft mehr als nur eine physische Leistung. Patienten und Kunden suchen Heilung und Linderung, Trost und Verständnis, Hoffnung oder einfach ein besseres Lebensgefühl. Sie wollen Vertrauen in die Behandelnden und ihre Methoden haben. Sie binden sich nicht nur an eine Dienstleistung oder ein Produkt, sondern an Überzeugungen und Werte.

Von Simon Sinek, einem britisch-amerikanischen Autor und Unternehmensberater, stammt der Satz: „Die Menschen kaufen nicht, was du tust, sondern warum du es tust“ (Sinek 2020). Sinek fordert, dass sich Unternehmen und Führungskräfte die Frage nach dem Warum stellen und sie beantworten müssen, bevor sie sich den Fragen nach dem Wie und Was zuwenden. Die Grundidee dahinter ist: Menschen interessiert nicht nur, was man tut, sondern vor allem, warum man es tut. Wenn das Warum klar und überzeugend ist, werden die Menschen wahrscheinlich auch das Wie und das Was unterstützen.

- ▶ Simon Sinek (2009) Wie große Führungspersönlichkeiten zum Handeln inspirieren. www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=de

Wenn Sie sich bewusst sind, warum Sie Ihren Beruf oder Ihre Tätigkeit ausüben und was Sie erreichen wollen, können Sie eine klare Vision und Mission für Ihre Praxis entwickeln. Fragen Sie sich:

- Warum ist es Ihnen wichtig, Ihren Patienten zu helfen? Welche Werte treiben Sie an?
- Warum ist es Ihnen wichtig, die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Patienten ernst zu nehmen und individuell auf sie einzugehen?
- Warum ist Ihnen ein Vertrauensverhältnis zu Ihren Patienten wichtig und wie bauen Sie es auf?
- Warum ist es Ihnen wichtig, sich ständig weiterzubilden und auf dem Laufenden zu bleiben?
- Warum haben Sie sich auf ein bestimmtes Fachgebiet spezialisiert und welche Vorteile haben Ihre Patienten davon?
- Warum wenden Sie bestimmte Behandlungsmethoden an und welche Erfolge haben Sie damit erzielt?
- Welchen einzigartigen Nutzen bietet Ihre Praxis, der Patienten dazu bewegt, sich für Ihre Behandlung zu entscheiden?
- Warum sollten sich Patienten Ihrer Meinung nach nicht auf „Dr. Google“ verlassen, sondern Ihre professionelle Hilfe in Anspruch nehmen?

2.1.2 Ihre Vision und Mission

Indem Sie sich regelmäßig die Frage nach dem Warum stellen und die Antworten in Vision sowie Mission einfließen lassen, stellen Sie sicher, dass Ihre Praxis auf

einem klaren, wertorientierten Kurs bleibt. Die Verankerung dieser Werte in der täglichen Arbeit jedes Teammitglieds ist entscheidend, um das Vertrauen der Patientinnen und Patienten zu gewinnen und zu erhalten. Vision und Mission sind grundlegende Elemente einer erfolgreichen Unternehmensstrategie. Sie spiegeln das langfristige Ziel und den Zweck einer Organisation wider.

- Die Vision beschreibt, wo Sie mit Ihrem Unternehmen in Zukunft stehen möchten und welche Ziele Sie anstreben. Sie dient als inspirierendes Leitbild für das gesamte Team.
- Eine Mission hingegen beschreibt, wie Sie mit Ihrer Praxis diese Ziele erreichen wollen und welchen Zweck sie erfüllt. Die Mission gibt an, welche Dienstleistungen oder Produkte Sie anbieten, wer Ihre Zielgruppe ist und wie Sie diese bedienen werden.

Aus der Praxis

Diabetologische Praxis

Vision: „Unser Ziel ist es, die Lebensqualität von Patienten mit Diabetes durch eine umfassende und integrative diabetologische Versorgung zu verbessern.“

Mission: „Es ist unser tägliches Bestreben, Menschen mit Diabetes bestmöglich zu unterstützen. Mit maßgeschneiderten Therapien, die auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen basieren, und modernen Technologien wie Blutzuckermessgeräten und Insulinpumpen helfen wir unseren Patienten, ihre Krankheit besser in den Griff zu bekommen. Wir bieten zudem Schulungen an, damit alle unsere Patienten gut informiert sind und aktiv an ihrer Gesundheit mitwirken können. Durch die enge Zusammenarbeit verschiedener Spezialisten in unserer Praxis wollen wir unseren Patienten ein gesundes und unabhängiges Leben ermöglichen.“

Dermatologische Praxis

Vision: „Unser Ziel ist es, eine der führenden dermatologischen Praxen in der Stadt zu sein, die den Patienten die beste medizinische Versorgung und Behandlung bietet.“

Mission: „Unsere Mission ist es, unseren Patienten durch umfassende Diagnostik und individuelle Behandlungspläne eine gesunde Haut zu ermöglichen. Wir verpflichten uns zu höchsten Qualitätsstandards und einer patientenorientierten Praxis, die auf Vertrauen und Respekt basiert.“ ◀