

PRAXISINFO
41



Praxis-Webseite

Tipps für erfolgreiche Patientenwerbung im Netz

INHALT

	SEITE
Technisches	4
Layout	5
Navigation	5
Design	5
Inhalte	6
Kontakt	6
Online-Terminvereinbarung	6
Inhalte pflegen	7
Gefunden werden: SEO und SEA	7
Rechtliche Vorgaben	8
Telemediengesetz	8
Berufsordnung	9
Wettbewerbsgesetz	9
Copyright	10
Datenschutzerklärung	11
Auszug aus der Musterberufsordnung	12
Auszug aus dem Telemediengesetz	12
Auszug aus dem Heilmittelwerbegesetz	13
Auszug aus dem Medienstaatsvertrag	14

Virchowbund

- › persönliche Rechtsberatung
- › schlagkräftige Berufspolitik
- › Service, der sich lohnt

Praxis-Webseite

Tipps für erfolgreiche Patientenwerbung im Netz

Die Praxis-Webseite ist Ihr digitales Aushängeschild. Bei der Auswahl des passenden Arztes achten viele Patienten mittlerweile darauf, wie sich Arzt und Praxis online präsentieren:

- › Wie professionell ist die Webseite?
- › Bieten Sie Online-Terminvereinbarung an?
- › Welche Bewertungen und Kommentare haben andere Patienten auf Google, Jameda & Co. abgegeben?

Im Gegenzug gilt: Hat eine Praxis keine eigene Webseite oder stimmt deren Erscheinungsbild nicht, fällt sie schnell bei Patienten durch. Eine ansprechende, informative und vor allem intuitiv aufgebaute Praxis-Webseite gehört als Marketinginstrument daher heute zu den Grundbausteinen, wenn Sie Ihre Praxis erfolgreich in die Zukunft führen wollen.

In dieser Praxisinfo geben wir Ihnen Tipps, wie Sie die Struktur, das Layout und die Inhalte Ihrer Webseite richtig wählen. Außerdem erfahren Sie, worauf Sie achten müssen, damit Sie auch rechtlich auf der sicheren Seite sind.

Nutzen Sie auch unsere Muster-Datenschutzerklärung für die Webseite. Unter www.virchowbund.de können Sie sie herunterladen. Bei Fragen hilft Ihnen unsere kostenfreie Rechtsberatung für Mitglieder gerne weiter.

HINWEIS:

Damit unsere Texte lesbar bleiben, verwenden wir Begriffe wie „Arzt“ oder „Patient“ neutral für Personen aller Geschlechter.

Technisches

Wer heutzutage Kunden (oder Patienten) akquirieren will, kommt um eine eigene Webseite kaum mehr herum. Eine gut programmierte, ansprechende und übersichtliche Homepage ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil – auch für Ärzte. Der Grundstein für den technischen Erfolg Ihrer Webseite ist eine gute URL.

Ihre Webadresse sollte mindestens eines der **Schlüsselwörter** enthalten, mit denen Sie auf Google gefunden werden wollen und Ihre Praxis eindeutig beschreiben, etwa: www.hausarztpraxis-musterstadt.de.

Auch die Adressen der Unterseiten sollten direkt klar machen, welche Informationen sich dort finden: www.hausarztpraxis-musterstadt.de/anfahrt. Ein Zusatz wie „.php“ hinter der URL ist heute nicht mehr üblich.

Ihre Webseite muss mit einer ganzen Reihe von üblichen **Browsern** (Chrome, Firefox, Safari, etc.) kompatibel sein und auch auf mobilen Geräten wie Smartphones und Tablets (Standardbetriebssysteme: iOS, Android) gut dargestellt werden.

Dafür sorgt „**responsives Design**“, das sich automatisch der Bildschirmgröße anpasst. Das gehört heutzutage zum guten Programmierstandard, denn mittlerweile surfen mehr Menschen mobil als mit einem stationären PC. Testen Sie die Darstellung deshalb auf möglichst vielen unterschiedlichen Geräten.



Mobile first

Im Zweifel gilt: mobile first. Das heißt, wählen Sie lieber eine angenehme Darstellung auf Mobilgeräten und nehmen dafür Einschränkungen über die Desktop-Ansicht in Kauf als umgekehrt.

Im besten Fall sollte die Seite so programmiert sein, dass sie auch mit einem älteren PC problemlos angezeigt werden kann. Inhalte, die erst angezeigt werden können, wenn Zusatzsoftware wie ein Flash Player installiert wurde, sind nicht sinnvoll.

Achten Sie darauf, dass Ihre Seite möglichst **barrierefrei** ist. Damit ist gemeint, dass die Inhalte auch von älteren oder behinderten Besuchern – und damit einem großen Teil der Zielgruppe der Praxiswebseite – sowie von Nutzern mit untypischen Endgeräten (z. B. Internet via TV) gelesen werden können. Solchen Nutzern sollten Sie es möglich machen, die Texte vom Compu-



Webdesign gehört in professionelle Hände

Lassen Sie Ihre Praxis-Webseite am Besten professionell gestalten! Technik- und Layoutstandards im Web und auch rechtliche Vorgaben (z. B. zum Datenschutz) ändern sich rasant. Überprüfen Sie Ihren Webauftritt spätestens alle zwei Jahre, ob er noch zeitgemäß ist.

Natürlich können Sie auch auf günstige Programmierungsalternativen nach einem Baukastensystem zurückgreifen. Bei Jimdo, WebSite X5 Free und anderen Anbietern können Sie sich Ihre Webseite selbst zusammenbauen. Der Nachteil: Dort haben Sie meist nur wenig Freiheiten bei Design und Layout und keinen technischen Support.

ter vorlesen zu lassen, die Schriftgröße zu ändern und den Kontrast umzukehren.

Auch wenn ein Experte Ihre Webseite erstellt – inhaltlich aktualisieren sollten Sie sie später selbst. Dafür gibt es **Content-Management-Systeme** (CMS). Dort können Sie auch ohne Programmier-Kenntnisse Inhalte einstellen, etwa neue Texte, Bilder oder Dokumente zum Herunterladen. Für Laien sollte ein CMS gewählt werden, das intuitiv bedienbar ist. Zu den verbreitetsten CMS zählen WordPress, Typo3, Drupal und Joomla.



Layout

Eine Grundregel lautet: weniger ist mehr. Das gilt sowohl für das Design der Seite als auch für die Inhalte.

Lange medizinische Abhandlungen oder die letzten Urlaubsfotos des Doktors interessieren die Besucher nur selten. Im schlimmsten Fall erschweren sie es ihnen sogar, sich zurechtzufinden. Patienten wollen mit so wenigen Klicks wie möglich zu den wichtigsten Informationen (Sprechzeiten, Adresse und Anfahrt, Kontakt und Terminbuchung) gelangen.

Überlegen Sie daher im Vorfeld genau, wer Ihre Patienten sind, was sie suchen und erwarten. Die Seitenoptik sollte freundlich und seriös, die Inhalte nützlich sowie einfach und klar strukturiert sein.

Navigation

Die zentralen Menüpunkte und Steuerelemente sollten oben auf der Seite (oder auch links) angebracht sein, und auf jeder Unterseite am selben Platz. Auf keinen Fall sollten Benutzer horizontal scrollen müssen. Bauen Sie Ihre Webseite lieber vertikal auf.

Eigenständige Themenbereiche verdienen eigenständige Menüpunkte. Wägen Sie dennoch ab, denn zu viele Menüpunkte und Menüebenen schrecken Besucher ab. Die Faustregel lautet: nicht mehr als **drei Menü-Ebenen**, nicht mehr als **sieben Optionen** pro Ebene. Aus jeder Ebene und von jeder Seite muss es einen direkten Link zurück zur Startseite geben.

Design

Achten Sie beim Layout darauf, dass es die Orientierung auf Ihrer Webseite unterstützt:

- › serifenlose Schriftarten
- › angenehme Schriftgröße (auch für Mobilgeräte)
- › großzügiger Weißraum
- › harmonische Schriftfarben mit hohem Kontrast
- › aussagekräftige Bilder
- › dezente Gestaltungsobjekte

Der aktuelle Trend beim Webseitendesign favorisiert ganz klar **große, hochauflösende Bilder**. Diese wirken hochwertiger und ansprechender als kleine Bildblöcke. Allerdings erhöhen große Bilder auch die Ladezeit ihrer Homepage, besonders bei schlechter Internetverbindung. Das kann ungeduldige Besucher verschrecken und Ihr Suchmaschinenranking beeinflussen.

Bei der Farbwahl sollten Sie die Farben Ihres Logos und Ihrer Praxis widerspiegeln. Mit Tools wie Adobe Color CC oder Happy Hues können Sie online dazu **passende Farbtöne** finden, die sich auch großflächig oder für spannende Kontraste einsetzen lassen.

Binden Sie unbedingt Ihr **Logo** ein. Analysen haben ergeben, dass es links oben am Besten wahrgenommen wird.



Die richtige Bildgröße

Nutzen Sie Galerie-Bilder zwischen 600 und 2.000 Pixeln Größe. Im Dateiformat PNG können Sie die Speichergröße meist verlustfrei reduzieren. JPG-Dateien dagegen können möglicherweise pixelig wirken. Bei kleinen Bildern sind 300 Pixel meist mehr als genug. 72 dpi Auflösung reichen für das Web; 300 dpi brauchen Sie nur im Druck.

Bilder zu verkleinern funktioniert auf zwei Arten:

- › Bildgröße (Höhe x Breite) reduzieren
- › Auflösung (dpi) verkleinern

Texte am Bildschirm zu lesen ist vergleichsweise unbequem. Nutzer sind schnell abgelenkt, lesen quer oder klicken weg. Bereiten Sie Ihre Texte also so auf, dass sie schnell und einfach erfasst werden können.



Tipps zum Texten im Web

- › Schreiben Sie so kurz wie möglich, so ausführlich wie nötig
- › Vermeiden Sie Fremdwörter, nutzen Sie einfache Sprache
- › Vermeiden Sie Schachtelsätze und lange Absätze
- › Gliedern Sie längere Texte durch aussagekräftige Zwischenüberschriften
- › Nutzen Sie Layout-Möglichkeiten wie Fettdruck, Farbe und Schriftgröße, um wichtige Informationen hervorzuheben – allerdings sehr sparsam
- › Prüfen Sie, wie der Text mobil dargestellt wird

Sie möchten weiterlesen?

Werden Sie Mitglied im Virchowbund!

Sparen Sie Zeit, Geld und Nerven und sichern Sie sich uneingeschränkten Zugang zu unserem kompletten Serviceangebot für Ihre Arztpraxis:

MUSTERVERTRÄGE



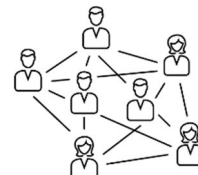
RECHTSBERATUNG



PRAXISINFOS



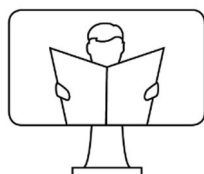
KOLLEGEN-NETZWERK



REGIONALE
VERANSTALTUNGEN



NEWSLETTER



MITGLIEDER-
MAGAZIN



CHECKLISTEN



ONLINE-
WISSENSDATENBANK



BEST PRACTICES



E-LEARNING
UND WEBINARE



VORTEILSKONDITIONEN
UND RABATTE



So einfach geht's:

Beitrittserklärung ausfüllen – z. B. online unter
www.virchowbund.de/mitglied-werden

Sie haben sofort Anspruch auf alle Serviceleistungen.

Ihre Ansprechpartnerin



Juliane Tietjen

030 / 28 87 74 -120

service@virchowbund.de

www.virchowbund.de

Sie kümmern sich um Ihre Patienten, wir uns um den Rest.

NAV-Virchow-Bund
Verband der niedergelassenen Ärzte
Deutschlands e. V.
Chausseestraße 119 b, 10115 Berlin
Tel.: 030 28 87 74-0 | Fax: 030 28 87 74-113
info@virchowbund.de
www.virchowbund.de

Beitrittserklärung zum Virchowbund

Akad. Grad, Vorname, Nachname

niedergelassen angestellt und/oder Oberarzt Assistenzarzt Medizinstudent

Fachrichtung

geb. am

Niederlassung seit / geplant zum (MM, JJJJ)

Praxisanschrift Straße, Hausnr.

PLZ, Ort

Privatanschrift Straße, Hausnr.

PLZ, Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Bitte senden Sie mir Post bevorzugt an diese Adresse: Privat Praxis

Wie wurden Sie auf uns aufmerksam? Kollegen Internet Printmedien Flyer/Broschüre _____

Ich erkläre hiermit meinen Beitritt zum Virchowbund.

Ort, Datum

Unterschrift

Der Mitgliedsbeitrag beträgt derzeit monatlich € 25. Für Assistenzärzte und angestellte Ärzte beträgt er monatlich € 15; für Medizinstudenten monatlich € 1,50. Eine außerordentliche Mitgliedschaft von Medizinstudenten wird mit der Approbation automatisch zur ordentlichen Mitgliedschaft. **Der Beitrag ist steuerlich als Betriebsausgabe/Werbungskosten absetzbar.**

Datenschutzbelehrung: Die Angaben der vereinsrechtlich notwendigen Datenfelder der Beitrittserklärung sind verpflichtend und dienen gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. b) der Datenschutzgrundverordnung der Verfolgung der Vereinsziele und der Betreuung und Verwaltung der Mitglieder und werden in unseren EDV-Systemen gespeichert. Weitere Informationen finden Sie in unserer Datenschutzerklärung im Internet: www.virchowbund.de/impressum__datenschutz.php.