Minenfeld Praxis-Website

Wie sich Ärzte sicher herantasten

© HaywireMedia

Für Ärzte gelten in Sachen Webauftritt strenge Regeln. Trotzdem lässt sich mit geringen Mitteln eine werbewirksame Website bauen.

Bei der Gestaltung der Praxis-Website können Ärzte viel richtig machen – aber auch einiges falsch. Wie sie in die ganz klassischen Fallen der Website-Gestaltung vermeiden und ihre Website gut vermarkten, erklärte Dr. Christine Trutt-Ibing, selbst Ärztin, auf der practica in Bad Orb.

Trutt-Ibing, die in einer hausärztlich-internistischen Praxis mitarbeitet, ist seit 2009 zusätzlich als freiberufliche Webdesignerin unterwegs. Sie nennt gleich ein ganz zentrales Problem vieler Ärzte: „Sie meinen, den Internetauftritt so gestalten zu müssen, dass er die nächsten Jahre Bestand hat.“ Das sei aber weder notwendig noch möglich. Warum? Weil sich das Internet und damit die Anforderungen laufend verändern. „Es ist daher sinnvoller, mit einer einfachen Lösung zu starten und diese mit der Zeit auszubauen.“

Ganz egal, wie viele Informationen eine Praxis in das Internet stellt, sie sollte bei der Website-Gestaltung immer die Regel beachten, dass der Patient möglichst schnell an das Gesuchte kommt. Mehr als zwei, drei Klicks sollten Website-Besucher nicht benötigen, um die gewünschten Infos zu erhalten. Das heißt, keine zu komplizierte Struktur- und Menüführung aufbauen. Generell sollte es ein deutliches Menü auf der Website geben. Da Internetnutzer es gewohnt sind, die Menüleiste links oder oben in der Website zu finden, rät Trutt-Ibing Ärzten, an dieser bekannten Struktur festzuhalten.

Bevor es mit der Website-Gestaltung so richtig los geht, sollten Ärzte die Basics klären. Zunächst einmal benötigen sie eine Internetadresse, eine Domain. Die können sie über ihren Internetdienstleister – den Provider oder Web-hoster – anmelden lassen. Letzterer ist vor allem des-

halb wichtig, weil die Praxis für ihre Website einen Serverplatz benötigt, über den der Webauftritt auch rund um die Uhr abrufbar ist. Dabei bieten Provider zusätzlich zum Speicherplatz für die Website meist noch verschiedene Datenbanken, E-Mail-Adressen und weitere Services an. „Die Kosten liegen hier zwischen 2 und 10 € pro Monat.“ Wer einen eigenen Webserver vorhält, kann sich über spezielle Agenturen seine Domain sichern. Wichtig sei, dass die Praxen darauf achten, dass der Domainname wirklich auf sie selbst und nicht den Anbieter angemeldet wurde. „Sonst lässt sich der Name bei einem Anbieterwechsel nicht mitnehmen.“ Und das ist gerade aus Marketing- und Bekanntheitsgründen nicht sinnvoll.

Die spätere Aktualisierung schon am Anfang gut überlegen

Die Ärztin und Webdesignerin rät außerdem davon ab, die ganze Aktualisierung der Website in die Hände von Bekannten zu legen. Denn wenn die irgendwann das Interesse verlieren, muss sich das Praxisteam plötzlich allein einarbeiten. Aber auch, wenn man sich für die Website-Pflege einen externen Anbieter sucht, sollte man darauf achten, dass man bei Vertragsende weiß, wie man Inhalte bearbeitet. Deshalb gehört zur Vorbereitung des Webauftritts auch, dass man im Team diskutiert, ob man selbst aktualisieren will und wer sich federführend darum kümmert. Laut Trutt-Ibing gibt es Content Management Systeme (CMS), mit denen sich die Inhalte der Website leicht bearbeiten lassen. Einige davon sind sogar kostenlos. Hier sollten Ärzte keine Berührungsängste haben. Allerdings warnt Trutt-Ibing: „Damit die Website dauerhaft und sicher funktioniert, müssen regelmäßige

Programm-Updates eingespielt werden.“ Es gibt auch fertige Website-Baukästen, die bereits ein CMS beinhalten.

Der nächste Schritt wäre: „Holen Sie sich Anregungen für Ihre Praxis-Website“, so die Webdesignerin. Etwa indem die Ärzte sich Webauftritte anderer Praxen ansehen, aber eben auch ganz gezielt ihre Patienten befragen. Außerdem schade es nicht, sich gleich vorab zu überlegen, ob die Website auch für mobile Endgeräte wie Smartphones nutzbar sein soll.

Für die Inhalte der Website gilt ganz klar: Hier müssen Ärzte das Berufsrecht und das Heilmittelwerbegesetz (HWG) beachten. Ebenso hat immer noch das Fernbehandlungsverbot Gültigkeit. Vorsichtig sollten Ärzte auch mit Patientendiskussionsforen sein. „Als Betreiber des Forums ist der Arzt für alles, was im Forum steht, verantwortlich.“ Wer seinen Patienten ein Kontaktformular auf der Website anbietet, müsse zudem eine Datenschutzerklärung veröffentlichen, über die die Nutzer erfahren, wie mit ihren Daten verfahren wird und wie diese gespeichert werden.

Ansonsten dürfen Praxen schon sehr viel beim Online-Marketing. Sie können und sollten ihr Leistungsspektrum sowie die Zugehörigkeit zu Praxisverbünden angeben, aber zum Beispiel auch sachliche Informationen zu Krankheitsbildern, Untersuchungsmethoden und anderen Gesundheitsthemen im Web veröffentlichen. Letzteres ist laut Trutt-Ibing sogar nahezu ein Muss, wenn man in Suchmaschinen wie Google regelmäßig in oberer Position gelistet werden will – sofern die Informationen auch regelmäßig aktualisiert werden. Und natürlich sollten Ärzte Links zu Bewertungsportalen, in denen sie sich angemeldet haben, oder zu Twitter einbinden. Umfangreiche Websites sollten zudem ein Suchfeld haben. „Kleinere Websites mit vier, fünf Unterseiten brauchen das nicht.“

Rebekka Höhl