

www.der-weg-zum-erfolg.de?

Die Cebit 2004 hat es wieder einmal gezeigt, das Internet ist inzwischen allgegenwärtig. Egal ob privat, beruflich oder sogar vereinzelt im Auto, fast überall findet sich ein Anschluss zum Rest der Welt. Stellt sich die Frage, ob der eigene Internetauftritt für das Dentallabor sinnvoll ist oder nur ein Spielzeug für Technikverliebte.

▶ Marcus Angerstein

Blickt man zehn bis zwölf Jahre zurück, sah die Welt noch anders aus. Wer damals einen Internetzugang hatte, war klar und deutlich den Computereffreaks zuzuordnen. Bereits wenige Jahre später konnte in Deutschland der einmillionste Internetanschluss gefeiert werden. Und es dauerte nicht mehr lange, bis Firmen aus dem new-technology Bereich plötzlich an der Börse höher bewertet wurden als der weltgrößte Automobilhersteller.

Wer gezielt suchte, fand auch bald neben durchaus ansehnlichen Frauenkörpern und Anleitungen, wie man einen säumigen Zahler außerhalb der legalen Möglichkeiten dazu bewegen kann, seinen Verbindlichkeiten nachzukommen, einige Dentallabore im Internet. Die dentalen Pioniere wurden jedoch bald ernüchtert. Trotz täglicher Kontrolle, ob die Seite auch wirklich erreichbar ist, kletterte der Besucherzähler nur unwesentlich über 365 Visiten pro Jahr. Und das, obwohl man in irgendeiner Suchmaschine auf Platz 1 gelistet war – vorausgesetzt es wurde nach „Zahntechnik/Oberhuber/Apfelhausen“ gesucht.

Jedes zehnte Labor besitzt eine Internetseite

Bedenkt man, dass ein Internetauftritt seinerzeit oftmals fünfstellige Summen (DM) verschlungen hat und sich die laufenden Kosten für Domain, ein paar E-Mail-Adressen und den Speicherplatz auf dem Server

bei ca. 50–75 Euro bewegte, ein ziemlich fragwürdiger Erfolg war. Heute hat Schätzungen zufolge zirka jedes zehnte Dentallabor eine eigene Internetseite. Und obwohl effektiv jeder Bürger heute die Möglichkeit hat, ins Internet zu gehen, die Anzahl der Internetnutzer sich in den letzten Jahren also vervielfacht hat, hat sich an den Besucherzahlen nicht viel geändert. Zynisch betrachtet könnte man sagen kein Wunder, stößt man doch immer öfter auf Internetseiten mit der freudigen Botschaft im Bereich News „Hurra, wir sind online, wir werden tun und machen ... letzte Aktualisierung 23.02.2000“.

Internetadresse muss beworben werden

Der Grund für den mangelnden Erfolg wird deutlich, wenn man sich näher mit dem Internet beschäftigt. Das Internet ist im Gegensatz zu Radio, Fernsehen und Printmedien ein Medium, das in der Regel die Aktivität des Nutzers verlangt, um an Informationen zu gelangen. Diese Tatsache ermöglichte es übrigens auch, dass Zahnärzte entgegen dem Standesrecht eigene Homepages ins Netz stellen durften. Abgesehen von Kontakten zu interessierten Patienten über Suchmaschinen ist also die Voraussetzung für eine hohe Besucherfrequenz die Bewerbung der eigenen Internetadresse. Man kann es direkt mit der Postadresse vergleichen – wenn keiner Ihre



kontakt:

Redaktionsbüro *Objektiv:*

Marcus Angerstein

Hauptstraße 7a

86438 Kissing

E-Mail: objektiv@angerstein.de