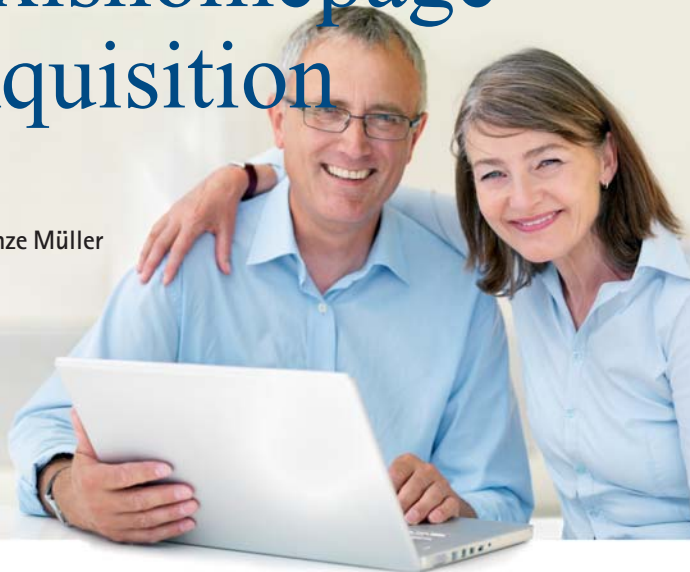


# Bedeutung der Praxishomepage für die Patientenakquisition

| Prof. Dr. Thomas Sander, Dr. med. dent. Michal-Constanze Müller



Die Bedeutung der Praxishomepage für den wirtschaftlichen Erfolg der Zahnarztpraxis ist umstritten. Während noch vor einigen Jahren kaum ein Zahnarzt eine eigene Webseite hatte, verzichtet heute fast niemand mehr auf dieses Medium. Doch welchen Einfluss hat die Seite überhaupt und vor allem ihre Qualität auf den Erfolg bei der Neupatientenakquisition? Im Rahmen eines Forschungsprojektes der Akademie für zahnärztliche Fortbildung in Karlsruhe zusammen mit der Medizinischen Hochschule Hannover und der Universität Magdeburg sollen diese Fragen beantwortet werden.

**D**as Empfehlungsmarketing ist die wirksamste Maßnahme für den Erfolg einer Zahnarztpraxis. Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass zwischen 60% und 75% der Neupatienten aufgrund einer persönlichen Empfehlung die neue Praxis aufsuchen. Aus diesem Grund sollte auch die Marketingstrategie jeder Praxis auf diese Gegebenheit aufbauen. Auf der anderen Seite kommen aber immerhin 25% bis zu 40% der Neupatienten aus anderen Gründen. Doch welche sind das?

## Werbeträger

Neben den Stammpatienten werden also die wichtigsten Werbeträger die Gelben Seiten, das Praxisschild, Zeitungsannoncen, Vorträge und eben die Praxishomepage genannt. Sicher ist auch, dass die Bedeutung der Praxishomepage in den letzten Jahren zugenommen hat.

Nach Aussage von Fachleuten des Online-Marketings gehen inzwischen

durchschnittlich 94% aller Internetnutzer ins Web, um vor einer Kaufentscheidung Informationen einzuholen. Auf den Dienstleistungsbereich bezogen liegt der Anteil der Webnutzung nach aktuellen Studienerkenntnissen derzeit mit etwa 50% noch deutlich niedriger. Es zeigt sich aber auch hier eine klar ansteigende Tendenz: Die aktuelle Studie „e-Health-Trends“ zur gesundheitsbezogenen Internetnutzung konnte zum Beispiel zwischen 2005 und 2007 beobachten, dass der Anteil der Internetnutzung in Gesundheitsfragen in Deutschland um 13% gestiegen ist von 44% auf 57%. Immerhin 37% der Deutschen betrachten derzeit das Internet sogar als wichtiges Informations- und Kommunikationsmedium im Kontext ihrer Gesundheitsversorgung.

## Erwartungen an die Praxishomepage

Hinsichtlich des Aufsuchens einer Praxiswebseite durch einen potenziellen

Neupatienten können zwei Grundtypen unterschieden werden:

Dem einen ist der Praxisname bereits aufgrund anderer Informationsquellen bekannt. Er möchte lediglich noch weitere Informationen wie Öffnungszeiten, Telefonnummer oder Ähnliches bekommen. Der andere Typ sucht hingegen primär nach einer geeigneten neuen Arztpraxis meist über geeignete Suchmaschinen und Verwendung individueller Suchwörter.

Zu der Frage, welche Faktoren letztlich dann zu der Entscheidung eines solchen Patienten für oder gegen die im Netz präsentierte Praxis führen, liegen derzeit kaum Erkenntnisse vor.

Mit Sicherheit werden einerseits bekannte harte Kriterien der Professionalität einer Homepage entscheidend sein, wie z.B. ihre Usability und ein hohes Ranking in Suchmaschinen. Darüber hinaus ist allerdings zu vermuten, dass diese Kriterien nicht alleinige Entscheidungsfaktoren für oder gegen eine