

Internet

Den Online-Auftritt der Praxis sinnvoll gestalten

Wer kennt sie nicht, die legendäre Werbung einer Zahnpastamarke aus den späten 70er Jahren? Mit „Mutti, Mutti, er hat überhaupt nicht gebohrt!“ brachten die Werbestrategen einen ganzen Berufszweig sprichwörtlich in aller Munde – und da blieb er dank der Fernsehspots auch eine ganze Zeit. Das Feld der Werbung ist dank Internet und Neuen Medien breiter geworden und verlangt vom einzelnen Zahnarzt ein gerüttelt Maß an Marketing-Know-how. Hinzu kommt, dass der verschärfte Wettbewerb im Gesundheitswesen dazu führt, die eigene zahnärztliche Dienstleistung, die nicht von den Kassen übernommen wird, stärker als bisher in das Blickfeld der Öffentlichkeit rücken zu müssen.

Autoren: Martin Taller, Hans-Dieter Feldmann, Ettlingen

■ Neben einem professionellen Corporate Design steht deshalb besonders ein gelungener Internet-Auftritt ganz oben auf der Prioritätenliste. Doch zwischen Anspruch und Wirklichkeit klaffen aktuell noch riesige Lücken. Nur etwa 10 % aller Praxen stellen heute ihre Leistungen online dar – obwohl über 40 Millionen Bundesbürger online nach Informationen

zum Thema Gesundheitsuchen. Bei Zahnärzten sieht es etwas besser aus. Laut einer Umfrage wollen 58 % bis Ende 2004 mit einer Internet-Seite online sein. Zu Recht: Ein gelungener Internetauftritt verschafft Zahnärzten nicht nur Vorteile, wenn es um die Vermittlung von Neukontakten geht, ein guter Internetauftritt trägt durch seine Möglichkeiten auch zu einer

Ein professioneller Internetauftritt sollte heute für jeden Zahnarzt ein Thema sein. Informationen dazu können Sie bei den Autoren dieses Beitrages unter der unten angegebenen Kontaktadresse einholen.

