

Die Praxishomepage – Texten und Botschaften vertrauen

Kerstin Schulz

Im Internet ist die Wirkung von Texten geradezu dramatisch. Innerhalb weniger Sekunden entscheidet der Nutzer, ob ein Webtext die gewünschten Informationen für ihn verständlich präsentiert oder nicht. Im schlechtesten Fall beendet er seinen virtuellen Rundgang und wendet sich sofort einem anderen Webseiten-Angebot zu. Mit dem Ergebnis, dass Ihnen ein potenzieller Neupatient verloren geht.

Die geheime Macht der Worte

Mehr Sicherheit, weniger Angst, größeres Vertrauen von der ersten Sekunde an – die Website der Zahnarztpraxis gilt quasi als vertrauensbildende Maßnahme. Und Vertrauen ist der Dreh- und Angelpunkt im Arzt-Patienten-Verhältnis. Deshalb zeigt sich Professionalität einer Zahnarztpraxis besonders bei den Texten, die sie veröffentlicht. Hier zählen unmissverständliche Ausdrucksweise, Originalität, Stilsicherheit und Respekt vor dem Leser. Besonders um Privatpatienten zu erreichen, muss man sich auf deren oft hohes Niveau einstellen. Platte Infos und fehlerhafte Patientenschreiben schaden Ihrem Image. Wer sich beim Texten Nachlässigkeit leistet, wird schnell mit dem Vorurteil bedacht, er täte das auch bei der Behandlung. Schon die falsche Wortstellung kann eine Aussage ins Gegenteil verkehren. Zu den Fettnäpfchen gehören auch willkürliche Kommasetzung, grammatikalische Fehler, Fauxpas bei der Ansprache der Patienten und Textdesign, das laienhaft wirkt. Mit Texten auf der Praxishomepage wird der Praxisinhaber assoziiert. Wer zahnärztliche Professionalität signalisieren will, muss sich deshalb vor No-Gos auf der Homepage hüten. Eine Webseite ist immer Werbung dafür, die Leistungen der Praxis anzunehmen. Und in der Werbung punktet nun mal Originalität.

Sprachstil mit Konzept abgleichen

Im Unterschied zur mündlichen Kommunikation, in der man ein falsches Wort schnell revidieren kann, bleibt ein geschriebener Text oft



jahrelang unverändert. Deshalb ist das Minimum an Sicherheit, das Texte auf der Homepage brauchen, das Vieraugenprinzip. Das bedeutet, dass mindestens zwei Leute einen Text gelesen und geprüft haben sollten. Dabei schafft das richtige Praxiswording Vorteile, die sich auszahlen. Mit bestimmten Formulierungen erreicht man nämlich ein bestimmtes Klientel. Der Sprachstil einer Zahnarztpraxis hängt auch vom Praxiskonzept ab. Wie sieht es beispielsweise mit der Altersstruktur der Patienten aus? Kommen eher Familien oder mehr beruflich und privat stark engagierte Singles in die Praxis? Jede Gruppe braucht ihre ganz eigene Ansprache. Außerdem: Wer als Zahnarzt nicht sonderlich gesprächig ist, sollte wenigstens aussagekräftiges Informationsmaterial zur Verfügung stellen. Lesen Sie dabei stets mit den Augen des Patienten und versuchen Sie, genau solche Formulierungen aufzuspüren, die sein Anliegen exakt treffen.

Text für Suchmaschinen

Auf der Praxishomepage geht es allerdings nicht nur um die Textkomposition für den Leser. Es geht gleichzeitig um Stoff für Suchmaschinen. Die lesen nämlich mit. Nach ihrem eigenen, geheimen Algorithmus. Deshalb sind gute Texte fürs Web speziell. Der Texter muss stilvoll schreiben und den Textfluss zusätzlich für Suchmaschinen optimieren. Zumal die Notwendigkeit, zu optimieren, die Verwendung von Keywords und Synonymen erschwert. Suchmaschinenoptimierung entfaltet ihre Wirkung erst unter Einbeziehung vieler kleiner Details. Das wichtigste davon ist der Text, betonen SEO-Experten besonders in den letzten zwei Jahren immer wieder. Dabei gewinnt die Einzigartigkeit von Texten an Bedeutung. Hüten Sie sich also davor, Texte, die Sie auf anderen Webseiten gut finden, einfach zu kopieren und auf Ihrer eigenen zu verwenden. Nicht nur, dass Google diesen Klau abstrafte, er verstößt außerdem gegen das Urhebergesetz.

Praxis Homepage

online nutzen

Kerstin Wellner-Schulz ■
edition minimum ■

Weitere hilfreiche Tipps und Checklisten für die Praxishomepage finden Sie im Ratgeber „Praxishomepage online nutzen“, 2013 als E-Book auf Amazon erschienen.

Kosten: 3,99 Euro

Kerstin Schulz
DENTCOLLEGE
Straßmannstraße 49
10249 Berlin
Tel.: 030 42025284
post@dentcollege.de
www.dentcollege.de

