

Eine ansprechende Präsentation im Internet ist für eine moderne Zahnarztpraxis unerlässlich. Doch bei der Wahl des richtigen Dienstleisters stehen viele Ärzte vor schwierigen Fragen. Welche gestalterischen und technischen Aspekte machen einen professionellen Webauftritt aus? Ist ein Designer oder ein Programmierer der richtige Partner, um die gewünschten Anforderungen umzusetzen?

Zahnarzt-Website: Aufgabe für Designer oder Programmierer?

Autor: Emmanuel Croué

Die Websitedientals Medium, die Identität, den Behandlungsanspruch und die Werte einer Praxis im Internet zu kommunizieren. Wie auf allen Kommunikationsmedien muss die Corporate Identity – das Erscheinungsbild – auch hier konsequent gehalten und umgesetzt werden. Ist kein durchgehendes Corporate Design (Logo, Schrift, Farbklima, grafische Elemente) vorhanden, sollte die Praxis diese Gelegenheit für die Gestaltung eines einheitlichen Erscheinungsbildes nutzen, um eine Wiedererkennbarkeit des Absenders zu garantieren.

Inhalte

Einerseits müssen auf einer Website die Informationen über den Praxisbetrieb, also Öffnungszeiten, Kontaktdaten etc. präsentiert werden, andererseits sind die Kernleistungen darzustellen, um das Praxisprofil und die Positionierung zu verdeutlichen. Zu diesem Zweck ist auch eine Gewichtung und Darstellung der Praxischwerpunkte zu empfehlen. Um zu verdeutlichen, welche Menschen hinter den abstrakten Behand-

lungsbeschreibungen stehen, dürfen auch Informationen über das Team nicht fehlen. Dabei müssen die inhaltlichen Botschaften immer mit dem Leitbild, sprich den Zielen und Werten einer Praxis, im Einklang stehen.

Webdesign

Eine Website wirkt in erster Linie über die grafischen und bildlichen Elemente. Nur wenn Leser dadurch emotional angesprochen werden, besteht die Motivation zum Lesen der Inhalte. Damit die Darstellung authentisch wirkt, müssen gerade diese Elemente bewusst und nach den Gestaltungsgesetzen konzipiert werden. Authentizität bedeutet im Webdesign, die Persönlichkeit und das Werteflecht der Praxis in einen Stil zu fassen. Das Spektrum reicht hier von floral-liebllich-feinen Stilen bis hin zu einer reduzierten Klarheit. Ein weiteres Ziel im Webdesign besteht darin, dass sich der Zahnarzt mit seinem Designansatz identifiziert und stolz auf die gesendeten Botschaften ist.

Damit eine Botschaft auch wirklich rezipiert werden kann, muss die Website eine Reihe von Voraussetzungen erfüllen: Die Seite





muss ergonomisch bedienbar, die Interaktions- und Funktionsbereiche klar erkennbar und der Text gut lesbar sein. Der User muss intuitiv durch das Informationsangebot navigieren können. Die Platzierung der Elemente muss dabei einer klaren Informationshierarchie folgen und ein stimmiges Ganzes ergeben.

Programmierung

Das schönste Weblayout wäre nur ein Entwurf, würde man es nicht durch eine Programmierung im Internet darstellbar machen. Bei der Umsetzung des Designs muss man auf eine präzise und browserstabile Darstellung achten. Erst die Navigation und die Programmierung der Funktionen (z. B. E-Mail-Formular, Stichwortsuche) machen die Seitenstruktur bedienbar. In den letzten Jahren wurde eine Vielzahl an Technologien zur Programmierung von Websites entwickelt. Momentan gibt es zwei Tendenzen, die sich im Webpublishing abzeichnen. CMS- (Content Management System-)basierte Seiten ermöglichen es dem Zahnarzt, Anpassungen, Erweiterungen und Korrekturen selbst durchzuführen. Sie sind außerdem sehr gut für die Suchmaschinenoptimierung geeignet. Die Flash-Technologie bietet große Gestaltungsfreiheit und die Möglichkeit, gesamte Seitenstrukturen anzulegen sowie Animationen und Videostreams zu integrieren.

Je nach Projektkonzeption muss entschieden werden, welche Technologie zum Einsatz kommen soll.

Der richtige Dienstleister

Für die Erstellung der Website sind Kompetenzen aus dem Webdesign sowie aus der Programmierung gleichermaßen wichtig. Dabei müssen die jeweils verantwortlichen Dienstleister Spezialisten auf ihrem Gebiet sein und bestenfalls über ausreichende Erfahrung in der Praxiskommunikation verfügen. Auch die verwendeten Bilder müssen von einem Profifotografenerstellt werden, damit die Gesamtmutung auf einem visuell hohen Niveau gehalten werden kann. Schließlich sollte sich der Zahnarzt auch bei angrenzenden Kompetenzen (Corporate-Identity-Konzeption, rechtliche Situation, Lektorat) auf Experten verlassen.

Idealerweise werden diese Kompetenzen in einer auf den Dentalbereich spezialisierten Agentur gebündelt. So können Berater, Texter, Webdesigner, Programmierer und Fotografen ihre Synergien nutzen und Hand in Hand an der Umsetzung einer Website arbeiten. ◀

kontakt

praxiskom GmbH
Marketing-Agentur für Zahnärzte
und Dentallabore
Infanteriestraße 19 | Haus 6
80797 München
Tel.: 0 89/30 76 21 62
Fax: 0 89/30 76 21 63
E-Mail: info@praxiskom.de
www.praxiskom.de

IDEEN FÜR RÄUME



→
Collenbachstraße 45
40476 Düsseldorf
Tel 0211. 862 86 88
www.goeke-praxiskonzepte.de

HARTWIG GÖKE
PRAXISKONZEPTE

