

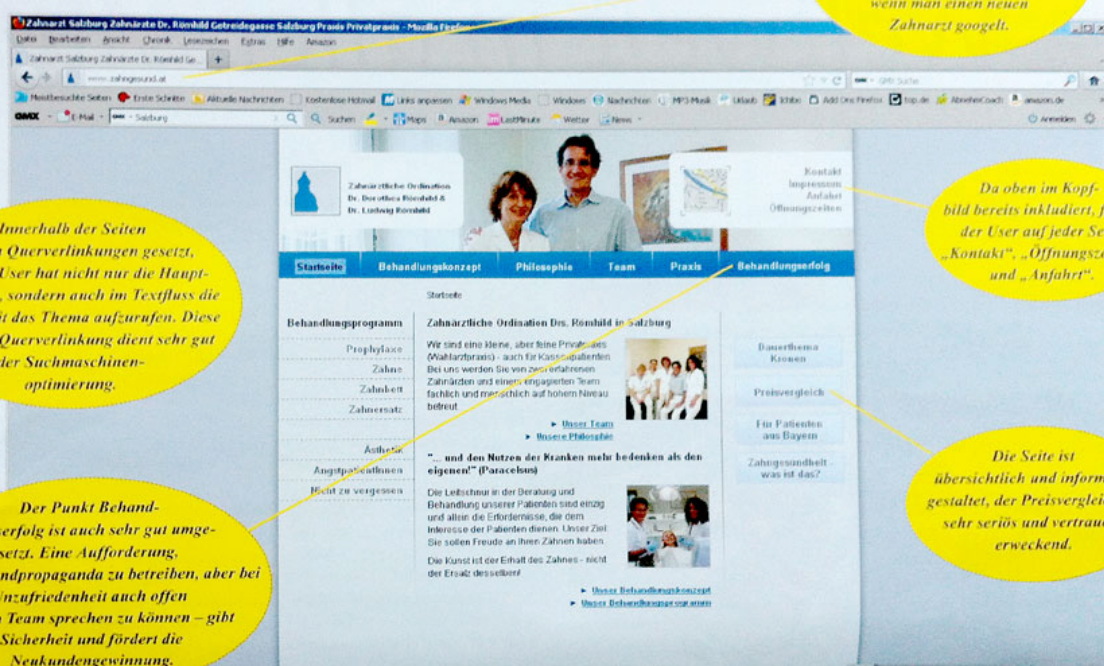
# Amalgam oder Gold?

Die Visitenkarte im Internet wird immer wichtiger, je mehr potenzielle Patienten damit aufgewachsen sind und, bevor sie das Telefonbuch aufschlagen, lieber googeln. In dieser Serie versuchen wir, Ihnen einen kurzen, praxisbezogenen Ratgeber für Ihr Internet-Marketing zu geben.

Früher waren Webseiten meist in HTML (Hypertext Markup Language) oder XHTML (Extensible HTML) programmiert, und für eine statische Website mit ein paar Bildern und einer fixen Navigation reicht das im Grunde auch. Moderne Seiten sind allerdings wesentlich flexibler. (X)HTML ist immer noch die Basis, doch wie sich aus den alten Röntgenapparaten digitaler Röntgen, Computertomografie und MRT entwickelt haben, so hat sich auch die Programmiertechnik bei Webseiten stark gewandelt. Unter anderem können mit einem CMS (Content Management System) Inhalte, ob Bilder oder Texte, schneller und einfacher angepasst werden als mit reinem HTML, etwa weil die Formatierungen wie Schriftgröße, Schriftart und Bildergröße automatisch angepasst werden. Diese CMS beruhen fast immer auf einer Datenbank, z.B. MySQL. Die Seiten werden meist mit der Skriptsprache PHP oder ASP programmiert. Die vom Provider angebotenen Dienste müssen mit den Bedürfnissen des gewählten CMS zusammenpassen, also muss etwa die richtige Version von PHP vom Provider zur Verfügung gestellt werden.

## Usability und Kompatibilität

Das Layout teilt sich in ein Grundlayout und die Gestaltung der einzelnen Seiten. Das Grundlayout bietet einen allgemeinen Rahmen und schafft ein einheitliches, harmonisches Bild auf allen Seiten der Website. Wie beim Layout für Druckprodukte (von der Visitenkarte bis zum Buch) sind als grafische Elemente die richtige Farbgebung, die Größe der Schrift, die Länge der Texte und die Platzierung von Fotos zu beachten. Beim Webdesign kommt allerdings noch einiges dazu, allen voran die Usability, die Kompatibilität mit möglichst allen Browsern, die Suchmaschinenoptimierung und – last not least – das Eyetracking, also die Führung des Blicks durch grafische Elemente, die im Internet anders funktioniert als bei Gedrucktem.



Usability bedeutet Benutzerfreundlichkeit: Wie leicht werden die verschiedenen Informationen auf der Webseite gefunden? Wie einfach ist die Eingabe von Daten, z.B. bei einer Frage an den Arzt oder bei der Vereinbarung eines Termins über das Internet? Browserkompatibilität bedeutet, dass zumindest alle gängigen Webbrowser wie Internet Explorer, Firefox, Opera, Safari und Chrome die Website problemlos interpretieren können. Versteht der Browser die Programmierung nicht, wird die Schrift nicht richtig dargestellt, die Bilder verrutschen oder erscheinen erst gar nicht und die Seite wird für den User oft unlesbar.

Suchmaschinenoptimierung bedeutet, dass Ihre Seite bei Google, Yahoo oder anderen Suchmaschinen leichter gefunden wird, also weiter vorne in den Ergebnissen der Suchmaschine erscheint. Das ist eine Wissenschaft für sich, bei der Kenntnisse in der Technik der Webcrawler und der Sortieralgorithmen gefragt sind. Auch wie gut die Seite programmiert ist, fließt in die Bewertung der Suchmaschinen ein.

## Profi statt Kurpfuscher

Eine Website gut und richtig zu gestalten und zu programmieren, ist also alles andere als einfach. Selbst viele Webdesigner können nicht halten, was sie versprechen. Vergessen Sie nicht, dass Ihr beruflicher Internetauftritt Patienten bringen, aber auch abschrecken kann. Hier zählt sich die Anheuerung einer Marketingagentur mit passenden Kenntnissen im Webdesign wohl aus. Achtung: Webdesign, Grafik und

selbst Werbe-/Marketingagentur sind freie Gewerbe. Bei Werbeagenturen hilft die CAAA-Zertifizierung bei der Beurteilung, aber selbst bei Inhabern dieses Logos zählt es sich aus, mehrere Angebote einzuholen und zu vergleichen. Erstgespräche sind bei seriösen Agenturen kostenlos. Für kleine Unternehmen sind oft kleine Agenturen die besseren Ansprechpartner. Eine Agentur, die mehrere Großbetriebe als Kunden hat, wird sich eher um diese kümmern als um einen kleinen Zahnarzt. Bei kleinen Agenturen haben Sie dagegen meist einen fixen Ansprechpartner und eine intensive Betreuung. Zudem sind sie üblicherweise

auch noch günstiger. Das ist natürlich nur eine allgemeine Regel, die nicht in jedem Einzelfall zutrifft.

## Spezialprogrammierungen

Ein eigenes Thema sind Spezialprogrammierungen, etwa wenn die Seite blindenfreundlich sein soll oder wenn Videos in Gehörlosensprache gewünscht sind. Hier wird die Programmierung oft aufwändig und damit teuer. Und noch ein kurzes Wort zu Flash: Das ist jene Programmiersprache, in der viele Online-Spiele programmiert sind, aber auch so manches

„Intro“ auf „trendigen“ Websites. Abgesehen davon, dass diese Intros für jene, die einfach nur konkrete Informationen wollen, ausgesprochen nervig sind, wird Flash von Suchmaschinen normalerweise nicht wirklich verstanden. Flash-Hersteller Macromedia arbeitet zwar an Lösungen, doch derzeit gilt noch: Wer ein Flash-Intro auf die erste Seite stellt, beraubt sich wertvoller Plätze im Ranking der Suchmaschinen. Für Animationen zu Behandlungsmethoden oder Spiele ist Flash allerdings gut geeignet. Eine eigene Flash-Animation anfertigen zu lassen, ist allerdings meist nicht gerade billig.

Livia Rohrmoser

## Der Tipp unserer Experten: Ganz oder gar nicht.

Bevor eine schlechte Seite im Internet steht, ist es klüger, gar keine zu haben. Denn eine schlechte Website wird mehr potenzielle Kunden abschrecken als anziehen. Die Website prägt das Image des Unternehmens im Internet. Hier zählt es sich aus, ein wenig Geld in die Hand zu nehmen und sich für die Gestaltung Profis zu holen.

Bei guter Programmierung und CMS kann die laufende Betreuung oft durch den Zahnarzt oder seine Mitarbeiter erfolgen, doch die erste Einrichtung der Seite gehört in die Hände von Profis. Schauen Sie dabei auch auf die Kosten, aber nicht nur. In der Zusammenarbeit zwischen der Werbeagentur und deren Kunden muss auch die „Chemie“ stimmen. Ein junger, agiler, modern denkender Arzt wird mit einer konservativen Agentur auf Dauer nicht glücklich werden. Wenn die Agentur nicht visualisieren kann, was der Kunde ausdrücken möchte, wird das Ergebnis eine unpersönliche Website sein, mit der sich der Zahnarzt nicht identifizieren kann.

Gutes Webdesign berücksichtigt sehr viele grafische Gesetze. Die Führung des Auges durch das Medium ist eine Wissenschaft und eine Kunst für sich. Hier wird nichts dem Zufall überlassen. Farbgebung, Eyetracking, Länge und Platzierung von Texten und vieles mehr spielen eine Rolle, wenn es darum geht, Leser zu gewinnen und zu halten.