



Foto: Jim Barber – Fotolia.com

Beste Zahnarzt-Website 2009

Der Pokal geht an ...

Es ist soweit – die Ergebnisse des dent-online-Website-Wettbewerbs 2009 stehen fest. So viel Mühe viele Zahnärzte in ihren Internetauftritt gesteckt haben, so schwer war auch die Entscheidung für die Jury. Ganz unterschiedlich waren die Qualitäten (und auch die Mankos) der zum Wettbewerb angemeldeten Zahnarzt-Homepages. Aber lesen Sie selbst ...

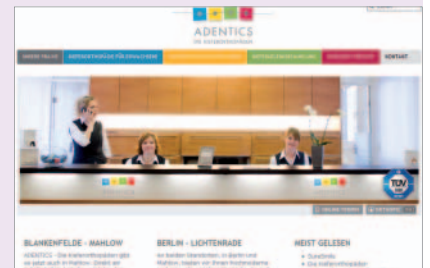
■ Beim letzten Wettbewerb 2006 hat eine Kinderzahnarztpraxis aus Berlin das Rennen gemacht. Anscheinend fahren die Homepage-Macher in der Hauptstadt besondere Geschütze auf, um diese Ergebnisse zu erreichen – denn: Auch diesmal kommt die beste Zahnarzt-Homepage aus Berlin! Platz Nummer eins geht an die Website der kieferorthopädischen Gemeinschaftspraxis von Wootum Bittner mit der Adresse www.adentics.de.

→ Fortsetzung auf S. 14

1. Der Gewinner ...

→ www.adentics.de
... erhält ein individuell auf die Praxis zugeschnittenes TV-Wartezimmer-Komplettpaket für ein Jahr im Wert von ca. 2.150 €, zur Verfügung gestellt von tv-wartezimmer.de.

Punkte: 136



Die Plätze 2–33*

Platzierung	2.	3.	4.	5.
URL	 → www.zahnaerzte-goebel-neff.de	 → www.dr-terwelp.de	 → www.ku64.de	 → www.meinekinderzahnärztin.de
Punkte	134,5	130	124	123,5
Gewinn	MEDIA Eintrag Klassik inklusive Produktion eines Praxisvideos, erstellt von telegate MEDIA (Wert: 1.600 €)	MEDIA Eintrag Klassik inklusive Produktion eines Praxisvideos, erstellt von telegate MEDIA (Wert: 1.600 €)	MEDIA Eintrag Klassik inklusive Produktion eines Praxisvideos, erstellt von telegate MEDIA (Wert: 1.600 €)	Dental-Online-College-Jahresabonnement, zur Verfügung gestellt von Dental Online College (Wert: 940 €)
Platzierung	6.	7.	7.	9.
URL	 → www.ng-z.com	 → www.dr fuerstenu.de	 → www.zahnarztpraxis-hansen.com	 → www.docsommer.de
Punkte	120,5	117,5	117,5	116,5
Gewinn	Praxismarketing-Modul 3D Vision Professional von Evident (Wert: 699 €)	Microsoft-Office-Paket (Office Small Business 2007), bereitgestellt von Microsoft (Wert: 599 €)	Microsoft-Office-Paket (Office Small Business 2007), bereitgestellt von Microsoft (Wert: 599 €)	Microsoft-Office-Paket (Office Small Business 2007), bereitgestellt von Microsoft (Wert: 599 €)

*aufgrund derselben Punktzahl wurden manche Plätze mehrfach vergeben

Platzierung	10.	11.	11.	13.
URL	 → www.zahnarzt-berlin.de	 → www.dr-kuntsch.de	 → www.dr-goepel.de	 → www.curadentis.de
Punkte	112,5	111,5	111,5	111
Gewinn	Online-Terminplaner Terminland® (Profiversion), zur Verfügung gestellt von TerminLand (Wert: ca. 360 €)	Online-Terminplaner Terminland® (Profiversion), zur Verfügung gestellt von TerminLand (Wert: ca. 360 €)	Online-Terminplaner Terminland® (Profiversion), zur Verfügung gestellt von TerminLand (Wert: ca. 360 €)	Online-Terminplaner Terminland® (Profiversion), zur Verfügung gestellt von TerminLand (Wert: ca. 360 €)
Platzierung	14.	15.	16.	16.
URL	 → www.zahnaerzte-scheyern.de	 → www.dr-stolley.de	 → www.zahnarztpraxis-ehlers.de	 → www.paroimplant.de
Punkte	110	109,5	109	109
Gewinn	Online-Terminplaner Terminland® (Profiversion), zur Verfügung gestellt von TerminLand (Wert: ca. 360 €)	Online-Terminbuchungssystem termindat.de compact Kalender, zur Verfügung gestellt von termindat.de (Wert: 360 €)	Online-Terminbuchungssystem termindat.de compact Kalender, zur Verfügung gestellt von termindat.de (Wert: 360 €)	Online-Terminbuchungssystem termindat.de compact Kalender, zur Verfügung gestellt von termindat.de (Wert: 360 €)
Platzierung	18.	18.	20.	20.
URL	 → www.berliner-implantatzentrum.de	 → www.zahnarzt-gruenwaldmuenchen.de	 → www.zahnaerzte-in-minden.net	 → www.zahnarzt-ulm-am-eselsberg.de
Punkte	108	108	107,5	107,5
Gewinn	Online-Terminbuchungssystem termindat.de compact Kalender, zur Verfügung gestellt von termindat.de (Wert: 360 €)	Online-Terminbuchungssystem termindat.de compact Kalender, zur Verfügung gestellt von termindat.de (Wert: 360 €)	Praxisleuchtkasten zur Praxisdekoration von der Agentur ascence (Wert: 300 €)	Praxisleuchtkasten zur Praxisdekoration von der Agentur ascence (Wert: 300 €)
Platzierung	22.	23.	23.	23.
URL	 → www.zahndr.de	 → www.zahnarzt-koeberle.de	 → www.drjensriedel.de	 → www.boss-epstein.de
Punkte	107	106,5	106,5	106,5
Gewinn	Praxisleuchtkasten zur Praxisdekoration von der Agentur ascence (Wert: 300 €)	Digitalkamera Casio EX-S12, zur Verfügung gestellt von STAUDE Software (Wert: ca. 280 €)	Dentalspiegelset von dem Online-shop DIBS-KRUSE.de (Wert: 225 €)	TASSIMO Espressomaschine, zur Verfügung gestellt von Springer Medizin (Wert: 149 €)

Platz 26–33: Je eine Anti-Viren-Software Internet Security 2009 im Wert von 40 € (zur Verfügung gestellt von Kaspersky) geht an die Praxis-Websites auf den Plätzen 26–30: www.zahnarzt.hn, www.zahnarzt-dr-jehle.de, www.yoga-zahn.de, www.zahnarzt-habel.de, www.zahnarzt-witte.de; je ein Buch „Zahnrecht – Praxishandbuch für Zahnmediziner“ (Springer Medizin) erhalten die Praxis-Websites auf den Plätzen 31–33: www.praxisfuerzahnmedizin.de, www.hident.net, www.dr-haarmann.de.

Ganz knapp dahinter, mit nur 1,5 Punkten Abstand, folgt auf dem zweiten Rang eine Homepage aus Baden-Württemberg, die vor drei Jahren den etwas undankbaren vierten Platz erreicht hat, nämlich www.zahnaerzte-goebel-neff.de. Die dritte Website auf dem Siegertreppchen stammt von einer Praxis aus Oberhausen, www.dr-terwelp.de. Kein Medaillenträger mehr, aber trotzdem unter den Top-Homepages, ist auf dem vierten Platz www.ku64.de, eine Website aus ... richtig: schon wieder Berlin. Zufall oder Schicksal: Diese Homepage hat beim letzten Wettbewerb 2006 Silber ergattert – also ein echter Platz(hirsch)wechsel der Zweit- und Viertplatzierten.

Reichhaltiger Inhalt und hohe fachliche Qualität → Jede der drei Gewinner-Websites kann auf unterschiedlichen Gebieten punkten. Die erstplatzierte Homepage besticht durch unschlagbar viel Inhalt auf hohem fachlichen Niveau. Die Praxis auf Platz zwei ist in Bezug auf Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit allen anderen 244 ausgewerteten Homepages überlegen. Die Homepage auf dem dritten Platz ist inhaltlich, fachlich und funktionell auf hohem Niveau, schwächelt jedoch etwas bei der Barrierefreiheit und Suchmaschinenoptimierung. Rechtlich sind alle drei Websites einwandfrei.

Auch andere Teilnehmer vom letzten Mal haben erfreulicherweise wieder mitgemacht und sind teilweise erneut unter den Gewinnern zu finden. Insgesamt fällt auf, dass sich die Qualität der Websites in den letzten Jahren nochmals deutlich gesteigert hat – was wohl darauf zurückzuführen ist, dass auch für Zahnärzte das Thema „Praxismarketing“ immer wichtiger wird.

Hoher Standard bei den Gewinnern → Wirft man einen genaueren Blick auf die Plätze vier bis 33, fällt auf, dass es hier mehr als knapp zugeht. Oft entscheidet nur ein halber

Punkt über die Platzierung, viele Homepages liegen sogar gleichauf. Dies war leider auch auf den Rängen 23 bis 25 der Fall, weshalb wir hier fairerweise die Verteilung der Gewinne (nicht der Platzierungen) ausgelost haben. All diese Websites haben sehr gute Internetauftritte, mit denen sich die Praxis und das Team vorstellen sowie auf ihr Leistungsspektrum aufmerksam machen. Auch wichtige Infos wie Öffnungszeiten oder eine Anfahrsbeschreibung waren fast immer enthalten.

„Die große Mehrheit der Websites erfüllt die rechtlichen Anforderungen. Leider werden noch viele Fehler beim Impressum gemacht. Hier fehlen häufig die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zur Aufsichtsbehörde und zur Zahnärztekammer. Die

Zahnärzte sollten sich da nicht blind auf ihren Webmaster verlassen. Auch bei der Einhaltung des Heilmittelwerbegesetzes gab es Abstriche. So gehen die häufig zu findenden Vorher-Nachher-Bilder zum Bleaching oder zu Botox-Behandlungen meistens über das erlaubte Maß hinaus.“



Dr. Volker Herrmann (→ Recht),
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht und
Partner der Kanzlei Terhaag & Partner, Düsseldorf
E-Mail: herrmann@aufrecht.de, www.aufrecht.de

„Viele Seiten befinden sich auf einem fachlich hohen Niveau und erklären Behandlungsabläufe sehr ausführlich. Sie gehen damit auf die Bedürfnisse ihrer potenziellen Patienten ein, und das ist wichtiger als schaurige Hintergrundmusik oder nervige Flash-Animationen. Ein kollegialer Tipp noch: Zum Praxisteam gehören tatsächlich auch Helferinnen.“



Wolfgang Wüst (→ Inhalt, fachliche Qualität),
Zahnarzt aus Frankfurt/Main und IT-Experte,
E-Mail: mail@zahnarzt-frankfurt.com

Infos zur Kostenübernahme fehlen → Zurückhaltender waren dagegen die meisten der 245 ausgewerteten Praxen bei dem Punkt „Kosten“ – ein Aspekt, der viele Patienten vorrangig interessieren dürfte. Ebenfalls oft gefehlt haben Informationen darüber, welche Leistungen von den gesetzlichen Krankenkassen übernommen werden oder wann Zuzahlungen fällig sind. Hier könnte man das Leistungsangebot noch etwas transparenter machen.

An der Funktionalität der Homepages ist dagegen im Allgemeinen nicht viel auszusetzen: Die Besucher finden sich schnell zurecht, sehen wichtige Angaben auf einen Klick und verlieren beim Surfen nicht die Orientierung. Nur bei einigen Flash-Seiten hat man das Gefühl, der Designer hat die Priorität auf den Aspekt „Was Flash alles kann“ gelegt und nicht auf die Nutzerfreundlichkeit: Abbildungen, die sich erst nach gefühlten drei Stunden aufbauen, sich drehende Fotos und schlängelnde Schriftzüge erzeugen eher Schwindelgefühle und führen im schlimmsten Fall dazu, dass der Besucher schnell genervt wegklickt.

Mindestens genauso wichtig sind die zahnmedizinische Aufklärung und die fachliche Qualität der Homepages. Informationen über die richtige Mundpflege, Wissenswertes zum Zahnersatz und Tipps gegen die Zahnarztangst waren zwar häufig noch vorhanden – der echte Profi trumpft aber hier auf: PDFs zum Download, Animationen zur richtigen Putztechnik oder bebilderte Erklärungen zu Brücken und Implantaten sagen oft mehr als viele Worte. Und wer es perfekt machen möchte, hat gar eine eigene Praxiszeitschrift, die über Neuerungen informiert oder Fachinformationen laiengerecht aufbereitet.

Rechtliche Mängel → Bei den rechtlichen Aspekten haben die meisten Zahnärzte ihre Hausaufgaben gemacht: Der Großteil der Praxishompages hat ein mustergültiges Impressum und erfüllt auch sonst die hohen Anforderungen, die das Heilmittelwerbegesetz den Zahnärzten abverlangt. Aber es gibt auch Ausreißer: Teilweise fehlten Angaben zur Aufsichtsbehörde oder zur Zahnärztekammer, auch (nicht erlaubte) Vorher-Nachher-Fotos werden immer noch gerne auf die Homepage gestellt. Und auch wenn das Botox-Spritzen der neue Renner in der Zahnarztpraxis zu sein scheint – eine Patientin mit Spritze in der Stirn sprengt klar das rechtlich erlaubte Maß.



Foto: Lorenz

„Aufgrund zunehmender Vergleichbarkeit der angebotenen Leistungen wird die Corporate Identity einer Praxis zur entscheidenden Kernkomponente. Es geht darum, Emotionen zu wecken und einen persönlichen Stil zu vermitteln, um sich eindeutig von Mitbewerbern abgrenzen zu können. Dabei ist es entscheidend, die Philosophie der Praxis inhaltlich und – noch viel wichtiger – visuell zum Ausdruck zu bringen. Schade, dass ein qualitativ hochwertiges und vor allem konsistentes Design der Internetpräsenz von vielen Wettbewerbsteilnehmern nicht immer berücksichtigt wird.“

Andreas Lorenz (→ Gestaltung),
Dipl.-Designer (FH), Creative Director und Dozent an der Hochschule München, Fakultät Design
E-Mail: hm_lorenz@online.de, www.design.hm.edu

Styling kann nicht schaden → Großes Verbesserungspotenzial haben viele Zahnarzt-Websites noch hinsichtlich des Layouts. Die häufig guten Inhalte sind nicht immer entsprechend präsentiert und hinterlassen daher einen faden Nachgeschmack. Viele Zahnärzte scheinen an dieser Stelle zu vergessen, dass der erste Eindruck grundsätzlich entscheidend ist. Kann ich den Besucher von mir und meiner Praxis überzeugen, werden Sympathien geweckt oder möchte man die Homepage (respektive Praxis) am liebsten sofort wieder verlassen? Gerade bei Praxen mit dem Schwerpunkt ästhetische Zahnheilkunde ist dieser Aspekt nicht zu unterschätzen. Leicht vermeidbare Fehler sind hier z. B. zu kleine oder qualitativ schlechte Fotos der Praxis und des Teams oder schwer lesbare Schriftarten. Hier könnte es lohnenswert sein, sich mit Profis zusammensetzen und ein konsistentes Design für Website und Praxis auszuarbeiten.

Besser schnitten die Auftritte hinsichtlich der Corporate Identity ab – die meisten Praxen haben ein (mehr oder weniger professionelles) Logo und setzen das auch zur Patientenbindung ein. Manchen würde aber auch hier eine Überarbeitung gut zu Gesichte stehen.

Barrierefrei? Nicht immer! → Die meisten Probleme gab es hinsichtlich der Barrierefreiheit und Suchmaschinenoptimierung. Hier wurden Kriterien getestet wie „Sind Textbeschreibungen für Bilder vorhanden?“ oder „Ist die Seite in einem Textbrowser nutzbar?“. Blinde und sehbehinderte Nutzer können Bilder nur mittels alternativer Textbeschreibungen erfassen, entsprechende Browser sind daher oft auf die reine Textausgabe beschränkt – eine visuelle Gliederung ist also nicht verfügbar. Deshalb kommt es hier besonders auf eine klare Gliederung des ausgegebenen Textes an. Hier wurden insgesamt anteilmäßig die wenigsten Punkte ver-

„Eine gute Funktionalität zu implementieren, sollte aus der heutigen Sicht der Websiteentwicklung eigentlich ein ‚Kinderspiel‘ sein. Insbesondere bei den Themen Lesbarkeit und Navigation lässt sich hier ja inzwischen schon auf einen großen Fundus von Konzepten zurückgreifen, die einfach funktionieren. Versuchte, nicht durchdachte Innovationen führen da oft am Ziel vorbei, verwirren den Nutzer oder funktionieren einfach gar nicht. Am Besten fahren meist die Websites, die auf bewährte Konzepte zurückgreifen.“



Foto: Reese

Andreas Reese (→ Funktionalität),
Business Consultant bei der DGN Service GmbH, Düsseldorf
E-Mail: andreas.reese@dgnservice.de, www.dgnservice.de

geben. Ein Tipp: Schauen Sie sich Ihre Seite doch mal mit einem Textbrowser wie Lynx oder der Textansicht von Opera an. Dann wird schnell klar, was gemeint ist.

Nicht auf den Lorbeeren ausruhen → Sehr unterschiedliche und doch gleichermaßen serviceorientierte und moderne Praxen prägen die Zahnarztlandschaft in Deutschland. Das spiegeln die vielen interessanten Internetauftritte, die zu diesem Wettbewerb angemeldet wurden, wider. Allerdings ist das Potenzial hinsichtlich Kundengewinnung über das Internet (z. B. über eine Suchmaschinenoptimierung) längst noch nicht ausgeschöpft. Daher hoffen wir,

„Viele der Zahnarztwebseiten sind optisch sehr anspruchsvoll aufgebaut und glänzen durch Flash-Animationen und hübschen Bildern von netten Damen mit weißen Zähnen. Oft fehlen aber grundsätzlich wichtige Inhalte und Patienteninformationen. Hier könnte mit interessantem Content auch ein wesentlicher Baustein für eine gute Platzierung in den Suchmaschinen gelegt werden. Nur rund 15% der Seiten sind (annähernd) barrierefrei, einige Seiten können aufgrund von reinem Flash-Aufbau nicht mal auf Barrierefreiheit getestet werden. Die gleiche Problematik zeigt sich auch bei der Suchmaschinenfreundlichkeit bzw. bei den Aktivitäten im Bereich Onlinemarketing. Nur rund 10% der Seiten sind hier aktiv und können auch nennenswerte Erfolge in den Suchmaschinen vorweisen. Mit weniger Design und mehr Inhalt könnte hier ein wesentlicher Beitrag für den Patienten und die Suchmaschinen geleistet werden.“



Foto: Steinhauer

Jörn Steinhauer (→ SEO, Barrierefreiheit),
Geschäftsführer der alphasytems GmbH
E-Mail: js@alphasytems.com, www.alphasytems.com

dass alle Teilnehmer von ihrer individuellen Beurteilung profitieren und diese als Anregung sehen, weiter an ihren Websites zu feilen, um sich noch besser im Internet präsentieren zu können.

In eigener Sache → Noch ein Wort zum Schluss: Wir haben uns sehr über die außergewöhnlich hohe Resonanz gefreut und laden Sie ein, auch beim nächsten Wettbewerb wieder mitzumachen. Alle Teilnehmer erhalten eine Übersicht über Ihre Bewertung, aus der sie entnehmen können, in welchen Bereichen sie besonders gut abgeschnitten haben und wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass der Versand der Auswertungen angesichts der Fülle von Einsendungen etwas Zeit in Anspruch nehmen wird. An dieser Stelle nochmals herzlichen Glückwunsch an die Gewinner!

Nicola Birner, Redaktion dent-online