

Die Website für den Arzt – Information und Imagepflege

U. Rytz

Es gibt keine umfassendere, bessere und erst noch jederzeit zugängliche Art, um die Arztlaufbahn oder eine Arztpraxis als Website* zu dokumentieren. Selbstverständlich gelten für Ärztinnen und Ärzte auch im Internet die gleichen Grundsätze der «Selbstanpreisung» (Werbung) wie im beruflichen Alltag, allerdings ergeben sich in Menge und Ausgestaltung völlig neue Horizonte.

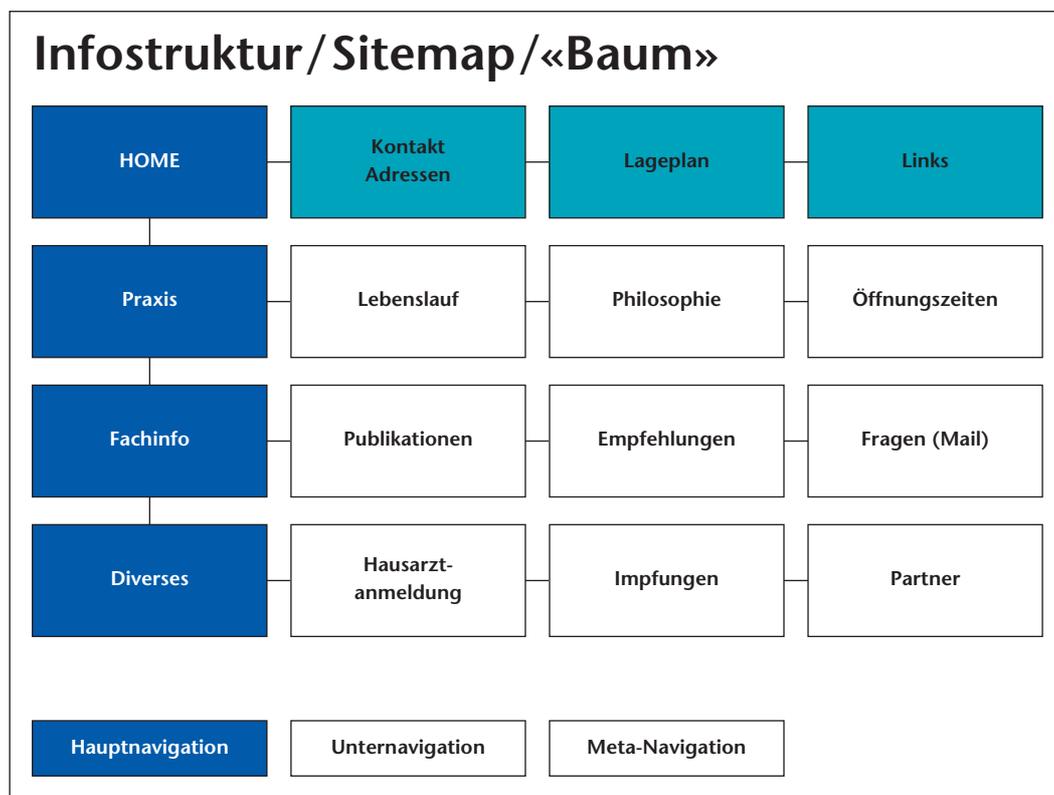
Einschränkungen der Selbstdarstellung. Gilt es, in der Marktwirtschaft sich als «besser» oder «günstiger» oder «zuverlässiger» oder «sicherer» zu positionieren, sollen sich Arzt und Ärztin ohne textliche «Ausschmückungen» auf ihren Werdegang, ihre Publikationen, ihre Kompetenzen sowie die Erreichbarkeit (Adresse, Telefon, Fax, E-Mail, Öffnungszeiten, Ferienabwesenheiten usw.) beschränken. Das behindert aber keineswegs die Informationsmöglichkeiten; Arzt und Ärztin können auf ihrer Website durchaus Fallstudien oder eigene Fachartikel publizieren. Nicht gestattet sind aber, wie schon darauf hingewiesen, Vergleiche oder vergleichende Andeutungen («Als führender Hausarzt in der Region Zürich empfehle ich ...»).

Grenzen der Selbstanpreisung

Alle Körperschaften (Organisationen, Firmen), also auch jede ärztliche Praxis, haben die Möglichkeit, sich im Internet vorzustellen. Damit sind sie für ihre Kunden, Lieferanten und andere Sozialpartner, zumindest virtuell, immer erreichbar. Bei der Arztpraxis gelten jedoch strenge

Abbildung 1

Der «Baum»: Die Grösse der Website und die Menge der Rubriken sind unbegrenzt. Es beginnt mit einer Homepage, kann aber durchaus bis zu zehn und mehr Hauptrubriken und jeweils ebenso vielen Unterrubriken hinausgehen. Auch ist die Website einer Gemeinschaftspraxis oder der Praxis eines Spezialarztes in der Regel inhaltsreicher als die einer Hausarztpraxis.

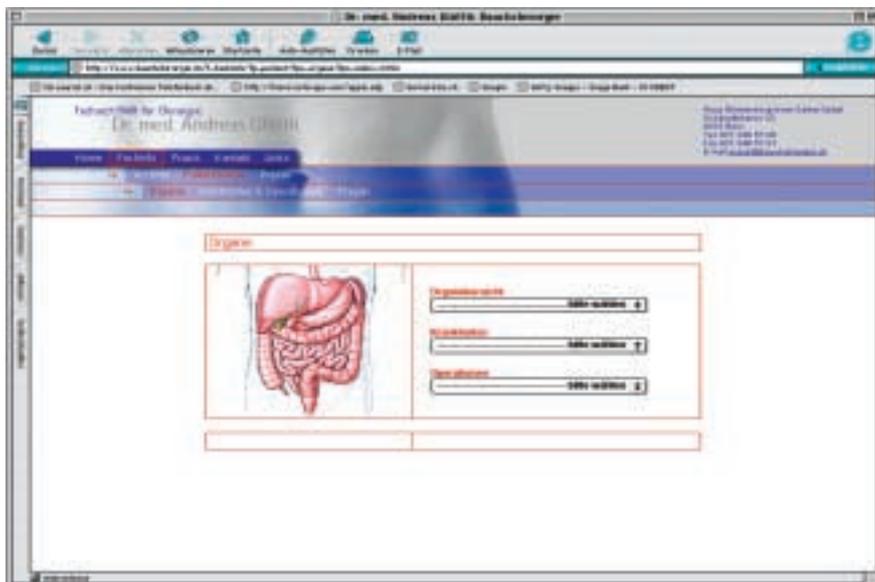


* «Website» oder «Homepage»? Unter Fachleuten wird mit «Homepage» oder «Home» die sogenannte «Einstiegsseite» bezeichnet; die gesamte Site wird «Website» genannt.

Korrespondenz:
 Ursula Rytz
 FMH Marketing & Kommunikation
 Bollstrasse 61
 CH-3076 Worb
 Tel. 031 838 33 33

Abbildung 4

www.bauchchirurgie.ch: diese schlichte und elegante Website zeigt Internetkultur – sie wirkt aktuell, weckt Vertrauen und ist auch für Laien sehr informativ.



Die Kosten einer Website

Abgesehen von den variablen Kosten für Namensreservation und Hosting (ab etwa Fr. 150.–) hängen die Kosten einer Website von ihrer Komplexität bzw. den für ihre Erstellung und Produktion benötigten Arbeitsstunden ab. Es ist durchaus möglich, schon für unter Fr. 1000.– eine gepflegte Modellwebsite zu erstellen (Abb. 2 und 3). Wer

es jedoch individueller, umfassender und opulenter mag, budgetiert für Konzeption und Realisation ab etwa Fr. 3000.–. Über die effektiven Kosten einer Website entscheiden, wie bei allen Produkten, mehrere Faktoren. So haben ausgewiesene Designer ebenso ihren Preis wie eine gewitzte technologische Struktur, gute Verlinkungen, genügend E-Mail-Adressen oder die Bildqualität (ein professioneller Fotograf stellt für gute Aufnahmen von Gebäude und Praxis rasch mal 1000 Franken in Rechnung).

Und dann sind die wiederkehrenden Kosten nicht zu vergessen, je nach Update-Ansprüchen müssen für Hosting und «Unterhalt» der Website jährlich ab Fr. 250.– reserviert werden.

Lohnt es sich?

Diese Frage stellt sich für jede Investition. Und im Falle des Internet muss sie mit einem klaren Ja beantwortet werden. Immer mehr Bereiche aus Administration (TARMED/Fakturierung und Korrespondenz) und Information (Kommunikation) werden ins Internet verlagert. Da ist es denn auch mehr als logisch, neben der realen Praxis auch eine zuverlässige virtuelle Praxis zu führen. Zudem: Die Produktionskosten auf dem «Webseitenmarkt» sind infolge der kriselnden Konjunktur auf einem absoluten Tiefstpunkt angelangt. Viel günstiger als im Augenblick wird es kaum mehr werden.

FMH MARKETING & KOMMUNIKATION

Die Werbeagentur eigens für Ärzteschaft und Gesundheitswesen. Wir stehen Ihnen in allen Bereichen der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zur Seite. Spezialisten unterstützen Sie bei der Erarbeitung Ihres neuen Erscheinungsbildes mit dem Background einer Werbeagentur. Vom Logo über die Website bis zur kleinsten Drucksache, denn ein professioneller Auftritt Ihrer Arztpraxis verschafft Eindruck und Vertrauen.

FMH Marketing & Kommunikation, Burghöhe 1, Postfach 246, 6208 Oberkirch
Tel. 041 925 00 77, Fax 041 921 05 86, E-Mail: mail@fmhservices.ch, www.fmh-werbung.ch