WEBDESIGN ✦ MEDIA GROUP

Checkliste

Was eine moderne Zahnarzt-Webseite enthalten muss

Zehn Bausteine gehören auf jede Praxis-Webseite. Entscheidend ist nicht, dass alle vorhanden sind, sondern dass jeder eine konkrete Patientenfrage beantwortet. Gehen Sie die Liste an Ihrer eigenen Seite durch — ehrlich.

- ☐ **1. Startseite mit Positionierung**
  Beantwortet in wenigen Sekunden: Wo bin ich, wofür steht diese Praxis, was ist der nächste Schritt?
- ☐ **2. Eigene Leistungsseiten**
  Jede tragende Behandlung bekommt eine eigene Seite — nicht einen Absatz auf einer Sammelseite.
- ☐ **3. Team und Persönlichkeit**
  Patienten wählen einen Menschen. Name, Foto, Schwerpunkt und ein Satz zur Haltung.
- ☐ **4. Echte Bewertungen**
  Verlinkt oder nachprüfbar zitiert. Ausgedachte Zitate mit Stockfotos erkennt man.
- ☐ **5. Behandlungsablauf**
  Was passiert beim ersten Termin, was danach, wie viele Sitzungen sind nötig?
- ☐ **6. Häufige Fragen**
  Die echten Einwände: Angst, Kosten, Dauer, Nachsorge. Antwort in den ersten zwei bis drei Sätzen.
- ☐ **7. Lokale Informationen**
  Adresse, Anfahrt, Parken, Öffentliche, Öffnungszeiten, Barrierefreiheit.
- ☐ **8. Ein klarer nächster Schritt**
  Genau einer, an den passenden Stellen wiederholt. Fünf gleichwertige Wege führen zu keinem.

☐ **9. Mobile Optimierung**

Die Mehrheit kommt über das Telefon. Lesbare Größen, treffbare Flächen, antippbare Nummer.

☐ **10. Rechtliche Grundlagen**

Impressum nach § 5 ECG, Offenlegung nach § 25 MedienG, Datenschutzerklärung. Dazu die Werberichtlinien.

FÜNF FEHLER, DIE HÄUFIG VORKOMMEN

- Alles auf eine Seite packen — eine lange Startseite ersetzt keine Behandlungsseite.
- Öffnungszeiten als wichtigste Information. Wer noch nie da war, sucht etwas anderes.
- Stockfotos statt echter Praxisbilder. Patienten erkennen sie und ziehen ihre Schlüsse.
- Team-Seite ohne Namen. „Unser erfahrenes Team" ist keine Person.
- Rechtstexte kopieren. Ein übernommenes Impressum passt selten und ist angreifbar.

Wenn alles abgehakt ist und die Anfragen dennoch ausbleiben

Dann fehlt in aller Regel kein Baustein, sondern die Positionierung. Eine Webseite, die alle anspricht, überzeugt niemanden besonders — Vollständigkeit und Wirksamkeit sind zweierlei. Wer über Qualität und Spezialisierung gewählt werden möchte, muss beides zeigen, bevor der erste Anruf kommt.

Interesse an einer Zusammenarbeit?

Möchten Sie Ihren digitalen Auftritt strategisch weiterentwickeln, nehmen Sie bitte über meine Webseite Kontakt zu mir auf. Im Strategiegespräch analysiere ich Ihre Positionierung und benenne die wichtigsten Ansatzpunkte — unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.

webdesignmediagroup.com/strategiegespräch