

Eine Praxis-Website lohnt sich

Ergebnisse der Online-Umfrage der BLZK

Eine eigene Praxis-Website im Internet – lohnt sich das? Das war die Kernfrage einer Erhebung der Bayerischen Landeszahnärztekammer. Wenn es um Kosten, Nutzen und Website-Besuche pro Monat geht, sind die Ergebnisse der Umfrage eine wichtige Orientierungshilfe für Zahnärzte, die eine Praxis-Website betreiben. Gleiches gilt für Praxisbesitzer, die vor der Entscheidung stehen, sich eine Website anzuschaffen.

Die Mehrheit der Teilnehmer bietet auf ihren Praxis-Websites eine Vielzahl an Services an. An erster Stelle stehen Telefonnummer (97 Prozent) und Öffnungszeiten (96 Prozent). Aber auch Bilder des Praxisinhabers (87 Prozent) und der Mitarbeiter (79 Prozent) sowie das Praxisangebot (87 Prozent) stehen ganz weit vorne. Die Online-Terminvereinbarung (21 Prozent) oder Videos (14 Prozent) werden dagegen seltener angeboten. Diese Services wurden von den Teilnehmern auch als am wenigsten wichtig eingeschätzt.

Website-Besuche beobachten

Ungefähr ein Drittel der Umfrageteilnehmer nutzt ein Website-Analysetool, um die Besucherzahlen beobachten zu können. Ihren Angaben zufolge haben 58 Prozent der Praxis-Websites bis zu 500 Besuche pro Monat. 31 Prozent der Websites werden 501 bis 1 000-mal im Monat besucht. Die höchste Zahl an Besuchen, nämlich 3 001 bis 4 000, wird bei 4 Prozent der Websites erreicht.

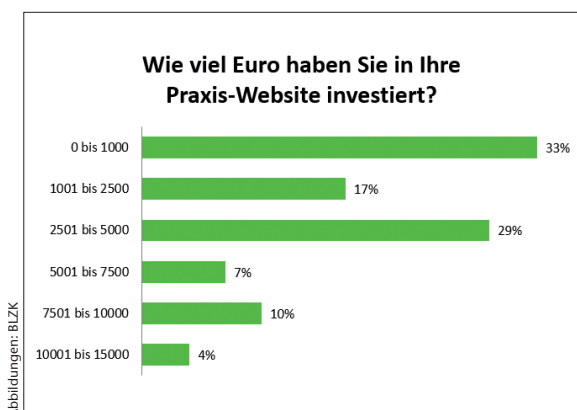


Abbildung 1

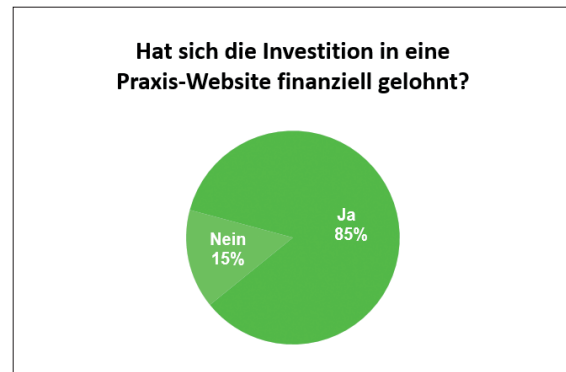


Abbildung 2

Kosten und Nutzen einer Praxis-Website

79 Prozent der Teilnehmer gaben bis zu 5.000 Euro für ihre Praxis-Website aus, keiner mehr als 15.000 Euro. 33 Prozent kamen mit einem Budget von bis zu 1.000 Euro aus (siehe Abbildung 1). Bei der Erstellung der Website wurden unterschiedliche Wege eingeschlagen. Meistens wurde sie von einem Webdesigner oder Programmierer erstellt (32 Prozent), aber auch Freunde oder Verwandte (21 Prozent) sowie Internetagenturen (26 Prozent) lagen weit vorne. Immerhin 21 Prozent der Websites wurden von den Praxisbesitzern selbst – mittels Website-Baukasten inklusive Hosting oder einem Redaktionssystem bei einem Provider – erstellt.

Mehr Patienten und leichtere Auffindbarkeit

Hat sich die Investition in eine Praxis-Website gelohnt? Diese Frage wird von 85 Prozent mit „Ja“ beantwortet (siehe Abbildung 2). 62 Prozent der Umfrageteilnehmer sind der Auffassung, dass sich die Praxis-Website auch als Service und im Hinblick auf die Patientenbindung gelohnt hat. Die Praxis wird besser im Internet gefunden, sagen 61 Prozent. 35 Prozent geben an, dadurch mehr Patienten zu haben.

Die BLZK-Umfrage lief vom 24. November 2016 bis 6. November 2017 auf www.blzk.de. Insgesamt nahmen 106 Personen daran teil.