

Die digitale Rezeption

Eine Praxiswebsite ist längst mehr als ein digitales Türschild. Richtig aufgebaut, triagiert sie, entlastet das Team und führt Patient:innen direkt ans Ziel. Drei Experten teilen ihre Tipps.

Von Alexandra Bucher



Termin buchen, Rezept anfordern, Öffnungszeiten nachschauen. Für viele Patient:innen beginnt der Kontakt mit einer Arztpraxis heute über die Praxiswebsite. Entsprechend hat sich deren Rolle gewandelt: Sie unterstützt das Patientenmanagement, statt nur digitales Schaufenster zu sein. Dennoch: So manche Praxiswebsite mutet noch immer verstaubt an.

«Die wichtigste Frage ist nicht: «Was wollen wir zeigen?», sagt Marco Urech von der Webdesignagentur arzt-website.ch, «sondern: «Was suchen die Patient:innen?»». Genau hierin liegt der Unterschied zwischen digitaler Visitenkarte und moderner Praxiswebsite.

Ade, Selbstdarstellung

Ein Unding auf Praxiswebsites: Marketing-Jargon. Patient:innen bedürfen keiner Philosophie, keiner Lebensläufe, keiner Aneinanderreihung akademischer Titel. Sie wünschen sich Antworten auf Fragen wie: Wo ist die Praxis? Nimmt sie neue Patient:innen auf? Wie bekomme ich einen Termin? Wann ist das Praxisteam erreichbar? Wer behandelt mich? «Patient:innen suchen zunächst das Vertrauen und dann einfache Wege, mit der Praxis Kontakt aufzunehmen und eine Konsultation zu buchen», so Urech.

Das bestätigt Arthur Germain von der Onlinebuchungsplattform OneDoc: «Häufig überschätzen Ärzt:innen den Wert von Dissertationen, Publikationen oder langen fachlichen Beschreibungen.» Vielmehr halten Patient:innen gezielt Ausschau nach Öffnungszeiten, Verfügbarkeit und Terminbuchung.

Wer eine moderne Praxiswebsite auf- oder umbaut, denke also in erster Linie aus Patientensicht. Welche Informationen braucht jemand vor einer (Erst-)Konsultation wirklich?

«Wer eine Website auf- oder umbaut, sollte aus Patientensicht denken.»

Die Website als digitale Praxisassistentin

Gefragt sind Professionalität und Authentizität. «Das erreicht eine Praxis durch Bilder von professionellen Fotograf:innen und ein modernes Design der Website», weiss Urech. Kevin Zimmermann, Vertreter der Praxissoftware tomedo, bestätigt: «Wer schon vor dem ersten Besuch in Gesichter und Räume blicken kann, kommt mit einem guten Gefühl in die Praxis.» Fehlen dürfen auch rechtliche Angaben wie ein Impressum und eine Datenschutzerklärung nicht.

«Darüber hinaus übernimmt eine moderne Website administrative Aufgaben, die MPA früher telefonisch oder am Empfang erledigten», stellt Urech fest. Germain stimmt zu: «Die Website ist keine statische Seite mehr, sondern eine in den Behandlungspfad integrierte Serviceplattform.» Und Zimmermann verbildlicht: «Sie ist das Sprachrohr der Praxis nach aussen.» Konkrete Angaben zu Leistungsspektrum, Erreichbarkeit und FAQ reduzieren Telefonaufkommen und Rückfragen erheblich.

Keine Website ohne Onlineterminbuchung

In einer Sache sind sich alle Experten einig: wie wichtig es heute ist, online Termine buchen zu können. «Die Onlineterminbuchung ist ein Schlüsselbaustein der Praxisorganisation», findet Urech. «Sie ist das zentrale Element im digitalen Ökosystem einer Praxis», pflichtet Germain bei. «Sie spart enorm viel Zeit in Sachen Koordination», untermauert Zimmermann.

Richtig eingebunden, kommt die Onlineterminbuchung einem digitalen Empfang gleich: Patient:innen tragen sich rund um die Uhr selbstständig für Konsultationen ein. Ist die Website direkt mit der Praxissoftware verbunden, lauert nicht die Gefahr von Doppelbuchungen. Der eigentliche Effekt: Entlastung für das Praxisteam.

Wo es heute am meisten knirscht

Die grössten Reibungsverluste in Praxen entstehen laut den Experten, weil Kommunikationskanäle fragmentiert nebeneinander herlaufen: Telefon hier, E-Mail dort, Praxissoftware da, Papierformulare statt digitaler Datenerfassung. «Diese nicht miteinander verbundenen Einzelslösungen führen zu Mehraufwand, Fehlern und Zeitverlust», bedauert Urech.

Eine ausgeklügelte Website wird hier zur zentralen Schnittstelle. Sie verbindet Patient:innen, Praxissoftware und interne Abläufe miteinander und lenkt Anfragen in die richtigen Bahnen. Wer lediglich ein Rezept erneuern möchte, landet direkt beim entsprechenden Formular statt in der Telefonwarteschlange. Wer einen Termin braucht, wird zur passenden Konsultation geführt. Und wer vorab Angaben zu Beschwerden oder persönlichen Daten machen kann, liefert diese bereits digital mit. Das reduziert Rückfragen, verhindert Fehlbuchungen und verschafft dem Praxisteam Luft.

3 x 1 Empfehlung mit Nachhall

Was würden die drei Experten Ärzt:innen, die gerade eine Website auf- oder umbauen, als wichtigsten Leitsatz mit auf den Weg geben? Urech: «Setzen Sie auf Klarheit statt Komplexität.» Zimmermann: «Ermöglichen Sie Self-Services wie Onlineterminbuchungen und Rezeptanfragen.» Germain: «Denken Sie die Website als Managementtool und nicht als reine Visitenkarte.» Resultat ist eine Praxiswebsite, die allen das Leben leichter macht: dem Praxisteam, den Patient:innen und den Zuweisenden. ✕



DIESE 3 PRINZIPIEN MACHEN IHRE WEBSITE UNSCHLAGBAR

- 1. Strukturierte Inhalte**
Klare FAQ, verständliche Abläufe und saubere Datenstrukturen ermöglichen auch digitalen Assistenten, die Inhalte zu lesen und korrekt wiederzugeben.
- 2. Konsequenter Mobile-First-Ansatz**
Die Mehrheit der Patient:innen greift über das Smartphone auf die Website zu. Dafür muss sie gebaut sein.
- 3. Geführte Nutzererfahrung**
Jede Seite führt zu einer konkreten Handlung wie Termin buchen, Anfrage stellen oder informiert und orientiert werden.



Marco Urech, Inhaber und Geschäftsführer von arzt-website.ch, entwickelt seit über 20 Jahren Websites für Arztpraxen. «Viele Websites sind entweder technisch überladen oder funktional unzureichend.»



Kevin Zimmermann bringt als Leiter Vertrieb die Praxissoftware tomedo in Arztpraxen. «Die Praxiswebsite ist nicht Deko, sondern digitales Aushängeschild einer Praxis.»



Arthur Germain ist CEO von OneDoc, einem Onlineterminbuchungssystem für Arztpraxen. «Die Onlineterminbuchung ist heute das zentrale Element im digitalen Ökosystem einer Praxis.»