

# ZT WIRTSCHAFT

## Website für Dentallabore als Marketinginstrument – was ist wichtig?

Planen Sie als Inhaber eines Dentallabors einen Internetauftritt? Dann ist eine Einarbeitung in das Medium Internet unumgänglich. Für eine erfolgreiche Umsetzung bedarf es einer detaillierten Planung. Dieser Leitfaden rät Ihnen, was bei der Erstellung einer Internetpräsenz beachtet werden muss.

**Einführung**  
Das Medium Internet hat inzwischen alle Unternehmensbranchen erfasst. Wer

**Die Projektphasen bei der Dentallabor-Website**  
Das Projekt „eigene Dentallabor-Website“ lässt sich prin-

zipal die Dentalbranche ausreichend kennt, mit einbezogen werden.

Eine Website (ist das ganze Webprojekt eines Internetauftrittes im World Wide Web mit allen Projekt-Resources) stellt ein Mittel der Kommunikation dar und besteht aus den drei Komponenten: Sender, Botschaft und Empfänger. Damit die Empfänger die Botschaft des Senders richtig verstehen, muss zuerst die Zielgruppe korrekt ermittelt werden. Es wird eine sogenannte „Zielgruppen-Analyse und -Definition“ durchgeführt.

Für Dentallabore können dies sein: Zahnärzte, Patienten, Kooperationspartner, ... Auch ganz spezielle Zielgruppen wie z.B. Sportler, die einen Zahnschutz benötigen, können ermittelt werden. Die Zielgruppen-Analyse und -Definition ist ganz entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg einer Dentallabor-Website und bedarf einer exakten Durchführung. Sind die Zielgruppen festgelegt, wird nun die zu sendende Botschaft, d.h. der Inhalt mit den Schwerpunktthemen der geplanten Website herausgearbeitet. Hierbei sollten Sie

- ▶ Habe ich besondere Informationen für Kunden, die in einem geschützten Bereich der Website gespeichert werden müssen?
- ▶ Wird eine Interaktion auf der Website benötigt (z.B. Besucher füllt ein Formular aus)?
- ▶ Wie kann die Internetpräsenz in die Marketing- und Kommunikationsstrategie des Unternehmens integriert werden?

**Planung**

Sind die Fragen wirklich ausreichend beantwortet, folgt die Planung der zu übermittelnden Botschaft. Hier allerdings erst einmal die Themen. Ich empfehle eine „top-down-Vorgehensweise“. Die top-down-Vorgehensweise ermittelt zuerst die Top-Überschriften (Themen-Überschriften), die dann später sogar als Navigationselemente dienen können. Beispiele:

- ▶ Das Unternehmen
- ▶ Zahnärzte
- ▶ Patienten
- ▶ Unsere Leistungen
- ▶ Unser Serviceangebot
- ▶ Impressum
- ▶ Kontakt
- ▶ usw.

Am besten eignet sich ein Blatt Papier, denn es gibt eine Faustregel: Die Umsetzung einer Internetpräsenz beginnt immer am runden Tisch und auf einem Blatt Papier. Für die Top-Überschriften müssen dann im zweiten Schritt die darunterliegenden Themen-Überschriften (down) erarbeitet werden. Hierzu sollten Sie auch die Mitarbeiter in Ihrem Dentallabor mit einbeziehen. Machen Sie also jetzt schon die geplante Internetpräsenz im Unternehmen bekannt. Das Fachwissen der Mitarbeiter sollte in dieser Phase ganz gezielt in die Planung mit einfließen.

Sind alle Themen-Überschriften ermittelt, so können bereits jetzt Inhaltstexte und Bildmaterial vorbereitet werden. Die internetgerechte Überarbeitung der Texte kann dann später durch das Webdesign-Unternehmen erfolgen. Wichtig ist, dass der Inhalt transparent aufbereitet wird. Es werden die Themen-Überschriften, wie z.B. „Unsere Leistungen“, detailliert betrachtet. Es sollten alle Leistungen in einer schönen Übersicht klar aufgelistet werden. Wichtig dabei ist, keine zu langen Sätze zu schreiben. Für die gesamte Website gilt: „In der Kürze liegt die Würze“, auch im Hinblick auf die Suchmaschinen-Optimierung. Die top-down-Vorgehensweise führt schneller zum Ziel, da man sich am Anfang nicht in Details verstrickt und sogar die einzelnen Navigationselemente herausgearbeitet werden können.

Da das Medium Internet sich immer mehr zum strategischen Marketing-Instrument hin entwickelt, ist die Hervorhebung der „Marke“ und des

- ▶ Angebotspektrum für Zahnersatz
- ▶ Spezielle Informationen in einem geschützten Bereich extra für Zahnärzte
- ▶ Produkte des Dentallabor-Unternehmens
- ▶ Serviceleistungen für Zahnarzt und Patienten
- ▶ Was sollte der Patient über Zahnersatz von Ihrem Dentallabor wissen?
- ▶ Wird ein bestimmtes Material eingesetzt?
- ▶ Soll der Besucher direkt von der Website aus eine E-Mail schreiben können?
- ▶ Gibt es Kooperationspartner?
- ▶ Sollen bestimmte Dokumente auf der Website zum Download bereitgestellt werden?
- ▶ Ist eine Newsletter-Funktion sinnvoll?
- ▶ Welche Online-Marketing-Maßnahmen (Online-Werbung, Affiliate-, Cross-Media-, Performance-Marketing) sind sinnvoll?

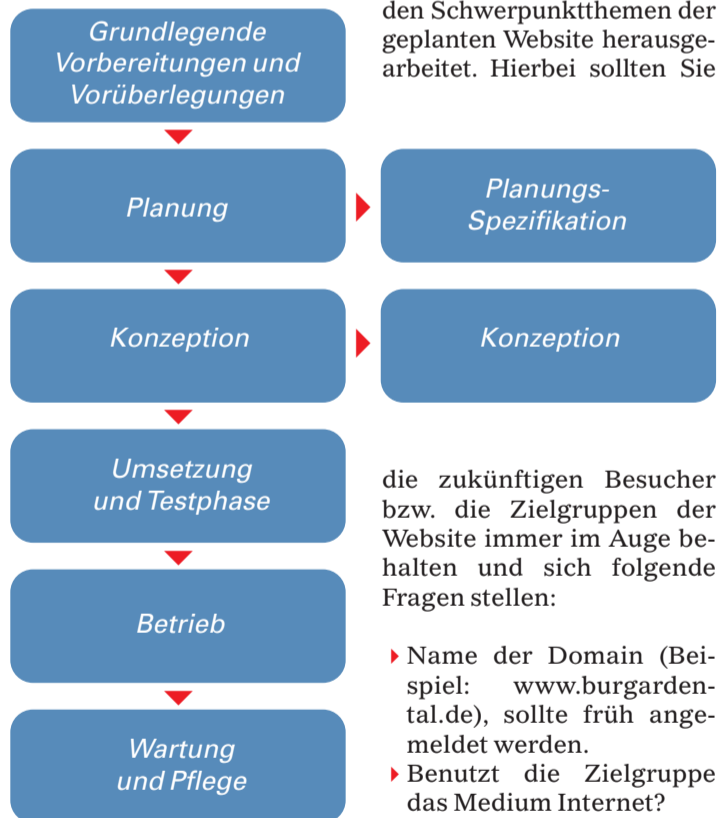
Gemeinsam mit dem Webdesign-Unternehmen wird dann auch das Design der Website, also das gesamte optische Erscheinungsbild (Corporate Design) diskutiert und festgelegt. Folgende Punkte sind zu berücksichtigen und sind ä-



hätte das noch vor ein paar Jahren geglaubt? Selbst in den zahnmedizinischen und zahntechnischen Berufen läuft ohne Internet fast nichts mehr. Gerade die Patienten besuchen immer häufiger Webseiten von Zahnarztpraxen und auch von Dentallaboren. Wiederum rufen Zahnarztpraxen Webseiten von Dentallaboren auf. Es wird immer mehr verglichen und nach dem Leistungsspektrum und Serviceangebot geschaut. Der Betreiber einer Website muss sich in Zukunft immer mehr mit dem Medium Internet beschäftigen, da Websites immer stärker zum zentralen Marketinginstrument tendieren.

zipiell in sechs Phasen einteilen, wobei die sechste Phase nicht direkt zur Website-Erstellung dazugehört:

1. Grundlegende Vorbereitungen und Vorüberlegungen
2. Planung
3. Konzeption
4. Umsetzung
5. Betrieb
6. Wartung und Pflege

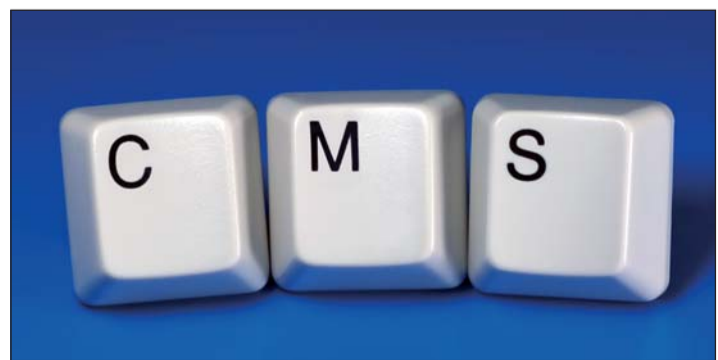


Die Phasen einer Website-Erstellung.

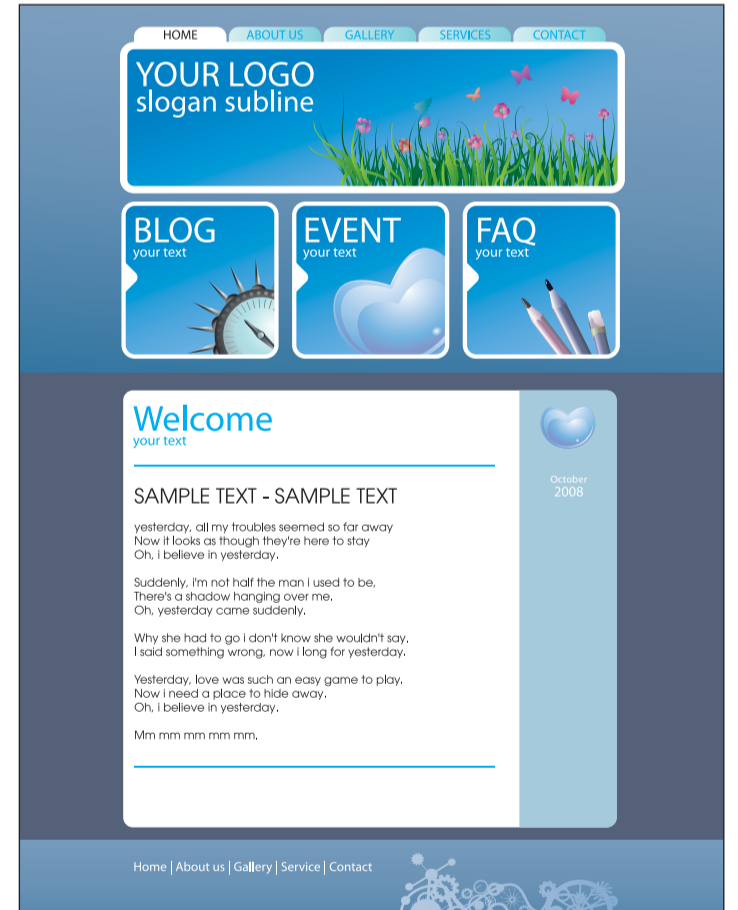
**Grundlegende Vorbereitungen und Vorüberlegungen**  
In der ersten Phase des Website-Projekts müssen viele Fragen detailliert beantwortet sein. Bereits hier sollte schon ein Experte eines Webdesign-Unternehmens, der

die zukünftigen Besucher bzw. die Zielgruppen der Website immer im Auge behalten und sich folgende Fragen stellen:

- ▶ Name der Domain (Beispiel: www.burgardental.de), sollte früh angemeldet werden.
- ▶ Benutzt die Zielgruppe das Medium Internet?
- ▶ Warum sollte jemand gerade Ihre Website besuchen?
- ▶ Welche Botschaft sollten die Besucher/Kunden bekommen?
- ▶ Welchen Nutzwert haben Angebot/Service für die Kunden?
- ▶ Warum sollte man die Website wieder besuchen?



Leitfadens sehr wichtig. Tipp: Definieren Sie Ihre Marke und Ihren Leitfaden für das Dentallabor-Unternehmen! Überlegen Sie sich, welche Online-Marketing-Maßnahmen für Ihr Dentallabor-Unternehmen auf der Website infrage kommen, z.B. Affiliate-Marketing oder Online-Werbung mittels Bannerwerbung. Immer wichtiger sind Maßnahmen, um die Website im späteren Online-Betrieb bei den Suchmaschinen (z.B. Google) gut zu platzieren. Hierfür sind umfangreiche Suchmaschinen-Opti-



mierungs-Maßnahmen notwendig. Prinzipiell sollten Sie folgende Punkte für das Internet genau analysieren:

berst wichtig, denn nur ein wohl überlegtes Corporate Design spiegelt die Firma auch im Medium Internet korrekt wider und trägt maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei:

- ▶ Welches Layout soll auf der Website (z.B. zwei- oder dreispaltig) verwendet werden?
- ▶ Welche Farben werden benutzt (wenn ein Unternehmens-Logo bereits vorliegt, können daraus bereits Farben benutzt werden)?





#### ZT Fortsetzung von Seite 8

- ▶ Welche Grafiken sollen angefertigt werden?
- ▶ Gibt es bereits Bildmaterial?
- ▶ Soll eine Grafik-Animation zum Einsatz kommen?
- ▶ Soll ein kleiner Videofilm auf der Website zu sehen sein?
- ▶ Soll die Website barrierefrei sein?

Sind die Designrichtlinien festgelegt, sollte mit dem Webdesign-Unternehmen die technische Umsetzung diskutiert und bestimmt werden. Prinzipiell muss das Dentallabor-Unternehmen entscheiden, ob später Inhalte mittels eines Redaktionssystems, auch Content Management System (CMS) genannt, selbstständig eingepflegt werden sollen, oder

#### ANZEIGE

Qualität -  
made  
in Germany

www.kometdental.de

Komet  
Qualität zahlt sich aus

ob das Webdesign-Unternehmen für die Einpflege beauftragt werden soll. Folgende Punkte kommen für die technische Umsetzung in Betracht:

- ▶ Website mit einem Content Management System?
- ▶ Welche Techniken kommen zum Einsatz und



warum (z.B. JavaScript, Cascading Style Sheets [CSS], PHP, Flash, ...)?

Lassen Sie sich ruhig die eingesetzten Techniken erläutern. Das Webdesign-Unternehmen sollte Ihnen auch erklären können, warum die ausgewählten Techniken für die technische Umsetzung zum Einsatz kommen. Am Ende der Planungsphase sollte eine Spezifikation gemeinsam mit dem Webdesign-Unternehmen erarbeitet sein, die die inhaltliche und technische Umsetzung in schriftlicher Form beinhaltet. Diese Spezifikation kann natürlich zu jedem Zeitpunkt in Absprache mit dem Webdesign-Unternehmen nachträglich geändert werden. Mein Tipp: Lassen Sie in der Spezifikation nichts offen. Besprechen Sie alles genau mit dem Webdesign-Unternehmen, denn nur eine vollständige Spezifikation ist eine Basis für die korrekte Umsetzung und somit für den gewünschten Erfolg. Lassen Sie sich dann vom Webdesign-Unternehmen ein Angebot für die Website erstellen.

#### Konzeption

Auf Basis der Spezifikation wird nun das Webdesign-Unternehmen ein endgültiges Konzept in Form einer Konzept-Spezifikation für die Website erstellen. In der Konzept-Spezifikation wird die inhaltliche, optische und technische Umsetzung exakt beschrieben und dient somit als Basis für die Website-Produktion. Letztendlich kann mit der Konzept-Spezifikation die Qualität der Website-Umsetzung optimal überprüft werden.

Am Ende der Konzeptphase erstellt das Webdesign-Unternehmen sogenannte „Prototypen“ der Website mit einem

oder mehreren Designvorschlägen (Inhalt der Spezifikation der Planungsphase). Der Dentallabor-Inhaber sollte in dieser Phase auch zukünftige Arbeiten wie Wartung und Pflege mit dem Webdesign-Unternehmen bestimmen und in die Konzept-Spezifikation aufnehmen. Die Bedienung, d.h. die komplette Navigationsstruktur, und die Benutzerfreundlichkeit der Website muss außerdem in der Spezifikation genau beschrieben sein. Wichtig ist auch, dass die Basisnavigation (Startseite, Kontakt, Suche, Impressum, Sitemap) immer sichtbar ist. Ebenfalls muss die Website auch bei ausgeschalteter Grafik bedienbar sein. Wenn eine barrierefreie Website verlangt wird, so ist die technische Umsetzung exakt zu beschreiben.

Die Konzept-Spezifikation ist also das zentrale Element in den Projektphasen. Gehen Sie gemeinsam mit dem Webdesign-Unternehmen alle Punkte der Spezifikation durch und prüfen Sie diese auf Vollständigkeit. Einer erfolgreichen Umsetzung steht dann nichts mehr im Wege.

#### Umsetzung

In dieser Phase beginnt die eigentliche Erstellung der Website mit technischen Hilfsmitteln auf Basis der Spezifikationen. Das Webdesign-Unternehmen beginnt zuerst, die komplette Website auf einem lokalen System zu entwickeln. Es werden Texte, Web-Grafiken und andere benötigte Dokumente für die Website erstellt.

Hierbei ist es wichtig, sich in Abstimmung mit Webdesign-Unternehmen in abgesprochenen regelmäßigen Abständen eine Präsentation bzw. einen Zwischenstand der Website zeigen zu lassen. Nur so können Probleme frühzeitig beseitigt oder es können noch nachträgliche Wünsche schnell berücksichtigt werden.

Vereinbaren Sie mit dem Webdesign-Unternehmen einen sogenannten voll funktions- und ablauffähigen Prototyp mit einem oder mehreren Designvorschlägen. Anhand

des Prototyps kann das Dentallabor-Unternehmen die Umsetzung optimal begutachten und prüfen.

Am Ende der Umsetzung erfolgt der Test der Website. Hierbei wird die komplette Website auf allen Standard-Browsern auf Fehlerfreiheit getestet. Der Test erfolgt auf einem lokalen System, welches einem realen Provider-System entspricht.

Das Dentallabor-Unternehmen sollte natürlich gemeinsam mit dem Webdesign-Unternehmen in der Konzept-Spezifikation festlegen, welche Internet-Browser unterstützt werden sollen. Am besten ist eine Unterstützung aller Standard-Browser. Zusätzlich sollte ein Test auf verschiedenen Plattformen (PC, Mac, Linux/Unix) durchgeführt werden. Hier ist zu beachten, wie das gesamte Erscheinungsbild der Webseiten und die verwendeten Schrifttypen auf den unterschiedlichen Plattformen wirken.

Der Test umfasst ebenso einen umfangreichen „Usability-Test“. Was bedeutet Usability-Test genau? Usability bedeutet nicht nur, dass die einzelnen Webseiten gut zu lesen sind, dass Buttons und Links deutlich erkennbar sind und dass die Website-Navigation klar verständlich ist. Usability bedeutet auch, dass die Website eine klare Struktur aufweist und der Benutzer optimal geführt wird. Die Texte der Webseiten müssen extra für das Medium Internet aufbereitet sein. Die Grafiken müssen optimal passen und richtig platziert sein. Gerade hier werden die meisten Fehler gemacht. Beim Texten der Inhalte sind bestimmte Regeln einzuhalten. Es reicht in keinem Fall aus, einfach einen selbst geschriebenen Text unkorrigiert in die Website einzubauen. Der letzte Testschritt ist natürlich ein Test auf dem realen Provider-Webserver.

Folgende Punkte sind in der Umsetzungsphase zu berücksichtigen:

- ▶ Klare Verzeichnisstruktur der Website auf dem Webserver
- ▶ Auf Standard-Konformität validierter (X)HTML- und CSS-Code
- ▶ Nicht zu lange Webseiten
- ▶ Kurze Ladezeiten der einzelnen Webseiten
- ▶ Ein optimal gewähltes Layout (fixe oder flexible Breite)
- ▶ Ein durchgängiges Corporate Design auf allen Webseiten
- ▶ Internetauglicher Inhaltstext
- ▶ Optimal gewählte Überschriften
- ▶ Eine gut strukturierte Website-Navigation
- ▶ Wenige Mausclicks zur endgültigen Information
- ▶ Eine Website-Optimierung für Suchmaschinen sollte eingebaut werden.
- ▶ Ist eine Datenbank für das persistente Speichern von Daten notwendig?
- ▶ Content Management Sys-

#### ANZEIGE

www.sds-meisterschulung.de

berufsbegleitende  
Meisterprüfungsvorbereitung

Fon: 08083 613  
mail: info@sds-meisterschulung.de

tem nur dann, wenn der Einsatz sinnvoll ist

- ▶ Die Website muss rechtlich sicher sein (korrektes Impressum, Urheberrechte beachten, korrekte Links, ...)
- ▶ Die Website sollte auf allen Standard-Browsern fehlerfrei ablauffähig sein.

#### Betrieb

In dieser Phase geht die erstellte Website nun endlich online. Dazu werden alle Dateien und Ressourcen vom lokalen System auf den Provider-Webserver übertragen. Hier ein

#### ANZEIGE

Besser Sitzen?

www.rieth-dentalprodukte.de

Sonderaktion

Labchair RIETH.

Tip: Das Webdesign-Unternehmen benennt die Homepage (Startseite) um, sodass diese nicht mehr aufgerufen werden kann. Mittlerweile sind die monatlichen Provider-Gebühren akzeptabel und sollten kein Problem darstellen.

Schauen Sie sich aber genau den Umfang der Leistung an, denn hier können Kosten gespart werden. Es muss also kein Root-Server sein, der alles mögliche bietet. Vergleichen Sie in aller Ruhe und wählen dann einen seriösen Provider aus, der auch flexible Tarife anbietet.

#### Beispiel:

Umbenennen der Datei index.html/index.php in z.B. test\_startseite.html/test\_startseite.php. Sie können natürlich einen beliebigen Dateinamen verwenden. Achten Sie hierbei auf Groß- und Kleinschreibung.

Nun kann das Dentallabor-Unternehmen in aller Ruhe nochmals einen Test auf dem realen Provider-Webserver durchführen. Erst wenn alle Fehler beseitigt sind, sollte die Website im Internet aufrufbar sein. Dazu dann wieder die test\_startseite in index.html oder index.php umbenennen.

#### Wartung und Pflege

In dieser Phase ist die Website bereits in Betrieb und bedarf natürlich einer regelmäßigen Wartung bzw. Pflege. Eine Internetpräsenz, die einmal erstellt wurde, und dann keinerlei Aktualisierungen und auch Veränderungen in Design und Technik erfährt, ist sehr schnell veraltet und weckt dann kein Interesse bei den Besuchern mehr. Da das Medium Internet von perma-

nenten Änderungen lebt, ist dies auch vom Dentallabor-Unternehmen zu berücksichtigen. Das bedeutet nicht, dass jede Woche oder jeden Monat Aktualisierungen und auch Veränderungen vorgenommen werden sollen. Das Motto lautet hier eher: mäßig, aber regelmäßig. Das Design sollte spätestens nach ca. zwei Jahren verändert werden.

Die Wartung und Pflege muss als Prozess im Dentallabor-Unternehmen gelebt werden, denn das Unternehmen verändert und entwickelt sich ja auch weiter. In dieser Phase sollten Kontakte zu anderen Website-Betreibern geschaffen werden, um z.B. auf fremden Websites Links zur eigenen Website zu schalten. Diese Maßnahme sollte mit Vorsicht angewendet werden, da auch auf den fremden Websites die eigene Zielgruppe berücksichtigt werden muss.

Da in den meisten Fällen das Dentallabor die Wartung und Pflege nicht selbst durchführen kann, übernimmt dies in der Regel das Webdesign-Unternehmen. Lassen Sie sich ein vernünftiges Angebot erstellen.

#### Ausblick

Plant das Dentallabor-Unternehmen eine eigene Internetpräsenz, sind außer den technischen Aspekten, viele andere Dinge zu beachten. Eine ausreichende Einarbeitung in dieses Thema ist unumgänglich und erfordert viel Geduld. Nehmen Sie diese Herausforderung aber an, so können viele Fehler vermieden werden. Um eine absolut professionelle Website zu erstellen, bedarf es auch der richtigen Experten, d.h. in der Regel eines Webdesign-Unternehmens. Lassen Sie sich immer ein richtiges Angebot erstellen, das alle zu erbringenden Leistungen enthält. Das Angebot basiert immer auf einem vorher stattfindenden Informationsgespräch, das sogenannte Briefing. Das Webdesign-Unternehmen arbeitet immer eng und offen mit dem Auftraggeber zusammen. Am Ende der im Artikel beschriebenen Phasen der Website-Erstellung wird dann hoffentlich der neue Internetauftritt Ihrem Dentallabor viele Besucher der Zielgruppe(n) und neue Möglichkeiten als Teil des Marketing-Mixes bieten. ZT

#### ZT Der Autor



Autor Thomas Burgard entwickelt Dentallabor-Management-Software und erstellt professionelle Internetauftritte für Unternehmen.

#### ZT Adresse

Dipl.-Ing. (FH) Thomas Burgard  
Bavariastr. 18b  
80336 München  
Tel.: 0 89/54 07 07-00  
Fax: 0 89/54 07 07-11  
E-Mail: info@burgardsoft.de  
www.burgardsoft.de