



## Website für Dentallabore – wie gelingt eine erfolgreiche Onlinepräsenz?

Nach Informationen, Daten und auch Dienstleistern sucht man heute gezielt im Internet. Eine ansprechende, zeitgemäße Website ist daher auch für Dentallabore ungemein wichtig geworden. 2 Zielgruppen sollten dabei bedient werden: Zahnärzte/-ärztinnen sowie Patientinnen und Patienten. Wie man beide Gruppen am besten erreichen kann, erläutert Medienexperte Christian Streckert von dentalmedia.

Eine gute Website für Dentallabore sollte mehr sein als eine reine Onlinepräsenz. Sie sollte sich informativ, ansprechend und benutzerfreundlich präsentieren. Zudem haben Labore meist 2 Zielgruppen: Zahnärzte/-ärztinnen sowie Patientinnen und Patienten. Wie kann man aber beide Gruppen erreichen? Wie gelingt die richtige Ansprache? Welche Kriterien sollten hervorgehoben werden? Wichtige Aspekte, über die sich Laborinhaber/-innen im Vorfeld im Klaren sein sollten. Denn eine gut gestaltete Website kann eine wertvolle Ressource sein, um Kundinnen und Kunden zu generieren, Informationen zu vermitteln und Vertrauen zu erzeugen. Das A und O ist zunächst die Domain, die im besten Fall den Namen des Labors enthält, also [www.dentallbor-mustermann.de](http://www.dentallbor-mustermann.de), um im Netz leicht gefunden zu werden. Es folgt auf der Startseite eine klare Darstellung der Leistungen durch eine übersichtliche Menüstruktur sowie eine persönliche Ansprache mit großen Bildern im Kopfbereich. Dies ist zeitgemäß und wirkt sympathisch. Des Weiteren sollte die Website detaillierte Informationen über die angebotenen Dienstleistungen Ihres Dentallabors liefern. Dies können zahnärztliche Restaurationen, Prothesen, Implantate, ästhetische Lösungen usw. sein. Um Patientinnen und Patienten verständlich über Leis-

tungen zu informieren, helfen Illustrationen und Animationen (**Abb. 1–3**). Diese zeigen anschaulich, wie beispielsweise ein Implantat aufgebaut ist oder welche Arten von Prothesen es gibt. Die Kombination aus Bild und kurzen sowie einfach gehaltenen Erklärungen hilft den Patientinnen und Patienten, sich einen Überblick zu verschaffen. Zudem sind sie optisch ein ansprechender Eyecatcher auf der Website, da sie den Inhalt auflockern. Im Internet liest keiner gerne seitenlange Texte ohne Abbildungen, womit sich der nächste, entscheidende Faktor anschließt: ein professionelles Design. Ein ästhetisch ansprechendes und fachkundiges Design grenzt sich von Mitbewerber/-innen ab. Die Website sollte ein kohärentes Farbschema, eine klare Typografie und eine übersichtliche Struktur aufweisen. Nicht zu vernachlässigen ist eine benutzerfreundliche Navigation, damit die Besucher/-innen leicht die gewünschten Informationen, die sie benötigen, finden können. Deshalb sind klare Menüstrukturen und Suchfunktionen unerlässlich. Günstige Designvorlagen und Baukastensysteme werden diesen Ansprüchen oft nicht gerecht. Die Zusammenarbeit mit einem fachlich Versierten, der die Website aufbaut und kontinuierlich betreut, ist daher sinnvoll (**Abb. 4**). So ist sichergestellt, dass man langfristig seine Zielgruppen erfolgreich erreicht und sich selbst voll und ganz aufs Kerngeschäft konzentrieren kann.



**Abb. 1-3:** Animierte Illustrationen zur Darstellung des Leistungsspektrums wirken modern und professionell.

### Gängige Fehler vermeiden

Ein häufig auftretender Fehler, der nicht direkt mit der Erstellung einer Website zusam-



**Abb. 4:** Beispiel eines klar strukturierten, minimalistisch gehaltenen Webauftritts mit hochwertigem Bildmaterial.

menhängt, sondern mit der Konzeption eines Webprojekts, ist das Versäumnis, die Website regelmäßig zu aktualisieren. Dies gilt besonders für Dentallaborseiten, die Informationsangebote wie Blogs oder Neuigkeiten auf der Startseite präsentieren. Es wirkt wenig vorteilhaft, wenn der letzte Beitrag bereits mehrere Jahre zurückliegt und unter Aktuelles ein Eintrag vom Betriebsausflug vor 5 Jahren steht. Zudem gilt, wer auf eine mobile Version verzichtet, verliert Besucher/-innen. Denn der Anteil des mobilen Traffics am gesamten Datenverkehr erhöht sich von Jahr zu Jahr kontinuierlich. Es ist überraschend, dass es trotz dieser Entwicklung immer noch Unternehmen gibt, die ihre Onlinepräsenz nicht für Smartphones und Tablets optimieren. Sie verzichten auf die Anwendung von responsivem Webdesign oder auf eine mobile Version ihrer Desktop-Website, obwohl die meisten Content-Management-Systeme hochwertige Funktionen und Vorlagen zur Erstellung solcher mobilfreundlichen Websites bieten. Das Ergebnis ist, dass diese Seiten auf Mobilgeräten schwierig anzuzeigen und kaum zu bedienen sind. Daher ist es wahrscheinlich, dass Nutzer/-innen sie sofort schließen.

**Fazit:** Die Webseite kann eine wertvolle Quelle sein, um Kundinnen und Kunden anzuziehen sowie Neukunden/-kundinnen zu gewinnen, Informationen zu kommunizieren und das Vertrauen der Besucher/-innen zu steigern. Daher sollte ihre Gestaltung nicht oberflächlich erfolgen. Um sich selbst auf das Kerngeschäft fokussieren zu können, lohnt es sich, den Aufbau und die Betreuung an Expertinnen und Experten auszulagern. Nicht zuletzt hilft ein ansprechender Online-Auftritt auch dabei, das Interesse möglicher Bewerber/-innen zu wecken. Denn auch diese nehmen heute meist potenzielle Arbeitgeber/-innen zunächst im Internet in Augenschein. ■

Bilder: © dentalmedia GmbH

## 10 Tipps, die Laborinhaber/-innen beachten sollten

Neben den genannten Basics gibt es weitere wichtige Merkmale, die eine erfolgreiche Website für Dentallabore auszeichnen:

1. **Hochwertige Bilder:** Bilder von Laborräumen, Technologien und Produkten können einen Einblick in die Arbeitsweise des Labors geben und Vertrauen aufbauen.
2. **Fallstudien und Referenzen:** Erfolgsgeschichten von zufriedenen Kundinnen und Kunden oder Fallstudien können die Qualität der Arbeit des Labors demonstrieren.
3. **Über uns:** Eine Seite, die das Team, die Erfahrung und die Werte des Dentallabors vorstellt, schafft ebenfalls Vertrauen.
4. **Kontaktinformationen:** Klare Kontaktinformationen, einschließlich Adresse, Telefonnummer und E-Mail, sollten leicht zu finden sein. Ein Kontaktformular kann die Kommunikation vereinfachen.
5. **Anfahrtsbeschreibung:** Eine kurze Wegbeschreibung und Anfahrtskarte sind wichtig, damit die Patientinnen und Patienten das Labor leicht finden können.
6. **Patientenbewertungen:** Echte Bewertungen von Patientinnen und Patienten oder Zahnärzten/-ärztinnen können Nutzer/-innen überzeugen und die Glaubwürdigkeit des Labors stärken.
7. **Technologie und Ausstattung:** Informationen über die verwendete Technologie und Ausrüstung heben das Fachwissen des Labors hervor.
8. **Datenschutz und Sicherheit:** Klare Informationen zum Datenschutz und zur Datensicherheit sind wichtig, um das Vertrauen der Besucher/-innen zu gewinnen.
9. **Schnelle Ladezeiten:** Die Website sollte schnell geladen werden, um die Benutzererfahrung zu verbessern.
10. **Social-Media-Integration:** Verknüpfungen zu den Social-Media-Konten des Labors ermöglichen den Besucher/-innen, sich weiter zu vernetzen.



**Christian Streckert**

Geschäftsführer dentalmedia GmbH  
Talbogen 5 · 45133 Essen-Bredeney