

Website- Checkliste für Zahnarztpraxen

Branchenspezifische Checkliste für Vertrauen, Terminqualität und verständliche Zahnmedizin



Website-Checkliste für Zahnarztpraxen

Zahnarztpraxen müssen medizinische Kompetenz, persönliche Betreuung und oft auch ästhetische Leistungen glaubwürdig verbinden. Diese Checkliste unterstützt einen sachlichen, patientenorientierten Auftritt, der Ängste reduziert und passende Terminanfragen erleichtert.

So nutzen Sie die Checkliste

Prüfen Sie jeden Punkt aus Sicht Ihrer Kunden. Markieren Sie offene Punkte und priorisieren Sie anschließend die Maßnahmen, die Verständlichkeit, Vertrauen, Sichtbarkeit oder Anfragen am stärksten beeinflussen.

01 Positionierung und Praxisprofil

- ☐ Allgemeine Zahnheilkunde, Prophylaxe, Zahnersatz, Implantologie oder weitere Schwerpunkte sind klar priorisiert.
- ☐ Familien, Angstpatienten, Kinder, Senioren oder Selbstzahler finden passende Informationen.
- ☐ Besondere fachliche Qualifikationen werden korrekt und ohne missverständliche Titel dargestellt.
- ☐ Kassen-, Privat- und Zusatzleistungen sind transparent eingeordnet.
- ☐ Das Praxisprofil bleibt sachlich und verzichtet auf unbelegte Qualitäts- oder Erfolgsbehauptungen.
- ☐ Patienten erkennen, welche Behandlungen tatsächlich in der Praxis angeboten werden.

02 Leistungen und Behandlungsinformationen

- ☐ Leistungsseiten erklären Anlass, Ablauf und mögliche Alternativen in verständlicher Sprache.
- ☐ Zahnmedizinische Fachbegriffe werden erläutert und nicht als reine Keyword-Liste verwendet.
- ☐ Ästhetische Leistungen werden sachlich beschrieben und nicht mit sicheren Ergebnissen beworben.
- ☐ Kosteninformationen unterscheiden nachvollziehbar zwischen allgemeiner Orientierung und individuellem Heil- und Kostenplan.
- ☐ Risiken, Grenzen und notwendige Diagnostik werden nicht durch reine Vorteilsdarstellung verdrängt.
- ☐ Inhalte werden fachlich geprüft und mit einem Aktualisierungsdatum versehen.

03 Termin und akute Beschwerden

- ☐ Schmerztermine, reguläre Kontrollen und Beratungstermine sind in der Terminführung klar getrennt.
- ☐ Patienten wissen, wann sie online buchen können und wann ein Anruf erforderlich ist.
- ☐ Hinweise für akute Schmerzen, Unfälle und den zahnärztlichen Notdienst sind leicht auffindbar.
- ☐ Neupatienten erhalten Informationen zu Unterlagen, Vorbefunden und Versicherungsdaten.
- ☐ Terminabsagen und Ausfallregelungen werden freundlich und transparent kommuniziert.
- ☐ Nach Formular- oder Terminanfragen wird der weitere Ablauf klar bestätigt.

04 Team, Praxis und Angstabbau

- ☐ Zahnärzte und Mitarbeitende werden mit Rolle, Qualifikation und Behandlungsschwerpunkten vorgestellt.
- ☐ Echte Praxisbilder zeigen Empfang, Behandlungsräume und Orientierungspunkte ohne sterile Stockästhetik.
- ☐ Informationen für Angstpatienten beschreiben konkrete Abläufe statt pauschaler Beruhigungsversprechen.

- ☐ Barrierearmer Zugang, Parken, ÖPNV und Erreichbarkeit werden realistisch erklärt.
- ☐ Kinder- oder Familienangebote werden nur mit tatsächlichen organisatorischen Voraussetzungen beworben.
- ☐ Die Bildsprache bleibt respektvoll und vermeidet unnötig belastende Nahaufnahmen.

05 Vertrauen und Außendarstellung

- ☐ Bewertungen werden authentisch eingebunden und nicht mit sensiblen Falldetails beantwortet.
- ☐ Vorher-Nachher-Bilder und Patientenfälle werden nur nach sorgfältiger rechtlicher Prüfung eingesetzt.
- ☐ Mitgliedschaften, Fortbildungen und Zertifikate sind aktuell und nachvollziehbar.
- ☐ Pauschalpreise, Rabatte und Superlative werden berufs- und gebührenrechtlich geprüft.
- ☐ Kooperationen mit Laboren oder Partnern werden transparent erklärt.
- ☐ Die Kommunikation bleibt informierend statt anpreisend, vergleichend oder herabsetzend.

06 Lokale SEO und Patientenfragen

- ☐ Praxisdaten und Öffnungszeiten sind auf Website, Google und Verzeichnissen einheitlich.
- ☐ Leistungsseiten verbinden Behandlungsschwerpunkte natürlich mit dem Standort.
- ☐ FAQ beantworten konkrete Fragen zu Terminen, Ablauf, Nachsorge und Kostenorientierung.
- ☐ Lokale Seiten enthalten individuelle Praxisinformationen statt ausgetauschter Ortsnamen.
- ☐ Ratgeber führen sinnvoll zu Termin, Beratung oder passender Leistung weiter.
- ☐ Urlaubs-, Vertretungs- und Notdienstinformationen werden zeitnah aktualisiert.

07 Formulare und Datenschutz

- ☐ Kontakt- und Terminanfragen erheben nur notwendige Angaben.
- ☐ Gesundheitsdaten, Röntgenbilder und Befunde werden nicht über ungesicherte Standardformulare angefordert.
- ☐ Digitale Anamnese oder Dokumentenübertragung nutzt geeignete sichere Systeme.
- ☐ Datenschutzhinweise für Terminsoftware, Karten und Tracking sind fachkundig geprüft.
- ☐ Einwilligungen für Fotos, Bewertungen und Fallbeispiele werden nachvollziehbar dokumentiert.
- ☐ Zugänge zu Website, Terminbuchung und Patientenkommunikation sind rollenbasiert vergeben.

08 Technik und Aktualität

- ☐ Terminbuttons, Telefonnummern und Formulare funktionieren auf allen wichtigen mobilen Geräten.
- ☐ Seiten laden schnell, obwohl hochwertige Praxis- und Teamfotos verwendet werden.
- ☐ Backups, Updates und Sicherheitsprüfungen sind verbindlich organisiert.
- ☐ Team, Leistungen, Sprechzeiten und Vertretungen werden regelmäßig kontrolliert.
- ☐ Strukturierte Daten passen zu den sichtbaren Praxisinformationen.
- ☐ Kontraste, Schriftgrößen und Formulare sind auch für ältere Patienten gut nutzbar.

Ihre Auswertung

Wählen Sie die drei Maßnahmen mit dem größten Hebel. Formulieren Sie jeweils eine konkrete Aufgabe, eine verantwortliche Person und einen realistischen Termin.

1. Priorität

2. Priorität

3. Priorität

Vertrauen entsteht vor dem Behandlungsstuhl

Eine starke Zahnarztwebsite verbindet sachliche Information mit menschlicher Orientierung. Sie nimmt Fragen ernst, erklärt Abläufe verständlich und führt Patienten ohne unnötige Hürden zum passenden Termin.

Die Checkliste ersetzt keine zahnärztliche, berufsrechtliche oder rechtliche Beratung. Berufsordnungen und Vorgaben können je nach Landeszahnärztekammer abweichen.

Orientierung und weiterführende Quellen

Bundeszahnärztekammer: Berufliche Kommunikation

Gesetze im Internet: Heilmittelwerbegesetz