



## Checklisten für einen Praxis-Internetauftritt

Unsere Checklisten für einen erfolgreichen Web-Auftritt sind aufgeteilt in die Bereiche

- Strategie
- Inhalte der Webseiten
- Design – Entwicklung
- Technik

und sollen nicht nur eine gedankliche Stütze dafür sein, an die aufgelisteten Aspekte zu denken, sondern auch konkrete Tipps vermitteln.

<b>Strategie</b>	
<b>Projektschritte</b>	<b>Fragen / Tipps</b>
<b>Festlegen der Ziele des Praxis-Auftrittes</b>	Was soll für die Praxis erreicht werden?
<b>Analyse der Nutzerbedürfniss</b>	Welchen Nutzen soll der Benutzer, z. B. Arzt oder potenzieller Patient, von der angebotenen Information haben? Allgemeine Information? – Wissenschaftliche Information? – Nur Werbung für die Praxis?
<b>Analyse der Zielgruppen</b>	Wer soll mit dem Web-Auftritt erreicht werden? In der Regel sind die Zielgruppen eindeutig anhand des Fachbereiches definiert
<b>Profilierung der Konzeption</b>	Welche Besonderheiten sollen den Benutzer veranlassen, die Seiten häufiger zu besuchen? Besonderheiten wären z.B. stets aktuelle Ernährungs- oder Diätvorschläge, Fitness-Programme, Antistress-Tipps
<b>Analyse und Abgrenzung von der Konkurrenz</b>	Wie sieht der Auftritt der Fachkollegen aus? Suchen Sie nach Fehlern der Konkurrenten und vermeiden Sie diese. Gute Ideen können – individuell verändert – übernommen werden.
<b>Definition der Anforderungen an Inhalte, Technik und Design</b>	Pflichtenheft erstellen, CI Ihrer Praxis berücksichtigen!
<b>Sichtung des eigenen Potenzials</b>	Welche Leistungen können durch Mitarbeiter erbracht werden? Auflistung, was die Mitarbeiter wirklich beherrschen.
<b>Klärung, ob externe Partner einbezogen werden sollen</b>	Soll eine IT-Agentur gesucht werden? Frage einer Ausschreibung
<b>Nutzung von Synergien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es Kooperationspartner?</li> <li>• Liefern die Partner Inhalte?</li> <li>• Leisten die Partner einen finanziellen Beitrag? z. B. Krankenkassen, Firmen für Medizintechnik, Pharmakonzerne, Selbsthilfegruppen, aber auch das Sanitätshaus, das Fitness-Center</li> </ul>
<b>Aufstellung eines Kostenplans</b>	Welches Material (Hardware, Software, Inhalte) steht zur Verfügung? Was kosten einzelne Bereiche (Module)? Was können Mitarbeiter leisten? Kostenverteilung durch schrittweise Realisierung?
<b>Festlegen der Termine und Meilensteine</b>	Termine u. Teilziele müssen allen Beteiligten bekannt sein, damit sich keiner aus der „zeitlichen“ Verantwortung stehlen kann.
<b>Entwurf des Impressums</b>	Im Impressum muss ein Verantwortlicher für den Auftritt genannt werden und es muss eine E-Mail Adresse angegeben sein, unter der er erreichbar ist. Alle Verantwortlichen und die beteiligten Autoren sollten genannt werden, um ihre Mitarbeit zu würdigen.



<b>Inhalte der Webseiten</b>	
<b>Projektschritte</b>	<b>Fragen / Tipps</b>
<b>Festlegung der Themenbereiche</b>	Hier zunächst alle möglichen Themen auflisten – erst dann eine Endauswahl treffen! Die Inhalte müssen 1. die Struktur der Praxis deutlich machen 2. auf die Merkmale der Zielgruppe abgestimmt sein
<b>Aktualisierungsrhythmus festlegen</b>	Feste Zeitpunkte – z. B. monatlich – vereinbaren
<b>Grundsätzlicher Umfang der Bildschirmtexte</b>	Lange Texte ermüden den Nutzer am Monitor. Deshalb: Am Anfang eines langen Textes sollte eine Inhaltsübersicht dem User die Auswahl erleichtern. Zusammenfassungen sollen die Neugier wecken. Lange Texte müssen untergliedert werden (Tabellen, Listen). Gliederung in unterschiedlichen Schriftengrößen erleichtern die Orientierung.
<b>Anpassung des sprachlichen Niveaus der Beiträge an die Zielgruppen</b>	Die Texte müssen in der „Sprache“ der Zielgruppe (Patienten, d. h. in der Regel medizinische Laien) geschrieben sein. Die sprachliche Qualität des Auftritts wird nicht durch das wissenschaftliche Niveau ausgezeichnet, sondern durch die Verständlichkeit.
<b>Übernahme von Informationen aus anderen Medien</b>	Printprodukte nicht unverändert übernehmen, sondern Kurztexte erstellen, die auf das Informationsbedürfnis des Internetnutzers zugeschnitten sind. Immer Abdruckgenehmigungen beim Verfasser einholen.
<b>Grafische Gestaltung und Bildauswahl</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Themen sollen bebildert werden?</li> <li>• Sind Bilder zur Information unbedingt erforderlich?</li> <li>• Sind die ausgewählten Bilder aussagekräftig?</li> </ul> Bilder können eingesetzt werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zur Unterstützung und Veranschaulichung von Texten (z. B. Abbildung des Gebäudes, der Praxisräume oder eines medizinischen Gerätes)</li> <li>• zur Strukturierung und Orientierung (Navigationselement)</li> <li>• als Dekoration, als Layoutelement</li> </ul>
<b>Beschaffung des Bildmaterials</b>	Sind die Bilder im Haus vorhanden? Copyright? Müssen Bilder angekauft o. speziell produziert werden (Dienstleister)?
<b>Frage der Aufnahme von Ton und/oder Video</b>	Videos sind sicher ausgezeichnete Zusatzinformationen, aber sehr speicherintensiv (lange Ladezeiten verärgern den Nutzer).
<b>Einsprachiger oder mehrsprachiger Auftritt?</b>	Wer übernimmt das Übersetzen? Der Übersetzer sollte die weitere Sprache als Muttersprache beherrschen.



<b>Design – Entwicklung</b>	
<b>Projektschritte</b>	<b>Fragen / Tipps</b>
<b>Übernahme eines vorhandenen Logos (CD)</b>	Ist das vorhandene Logo im Internet gut erkennbar? Logos, die auf Papier gut aussehen, müssen nicht auch auf dem Bildschirm überzeugen!
<b>Neugestaltung eines Logos</b>	Berücksichtigung verschiedener Bildschirmauflösungen und Farbtiefen. Dabei das Corporate Design (CD) nicht vergessen!
<b>Welche Farben sollen primär verwendet werden</b>	Gibt es festgelegte Farben aus dem (CD)? Achten Sie bei der Wahl der Farben auf die Lesbarkeit bei anderen Bildschirmstellungen als auf dem Entwicklungsrechner. Denken Sie auch an eventuell schwächere Kontraste auf anderen Bildschirmen oder an farbenblinde Leser.
<b>Hintergrundfarben / Hintergrundbilder</b>	Hintergrundfarben können dem User bei der Orientierung helfen. Damit die Schrift gut lesbar ist, sollten es nur helle Farben/Rasterungen sein, z. B. Hellgrau, Hellblau, Hellgrün, Hellgelb mit schwarzer oder dunkelblauer Schrift. Blaue Schrift auf dunkelgrauem Hintergrund oder gelber Schrift auf weißem Grund machen schnelles und gutes Lesen unmöglich. Dies gilt auch für zu „kräftige“ Hintergrundbilder.
<b>Welche Schriften sollen verwendet werden</b>	Gibt es festgelegte Schriften für gedruckte Informationen (CD)? Nicht alle Schriften sind für das Internet tauglich. Bei der Verwendung spezieller Schriften (im Prinzip alle außer Times New Roman, Arial und Helvetica) kann es passieren, dass die Seiten ihr Layout verlieren, wenn die Schriften nicht richtig angezeigt werden!
<b>Einheitliches Design für alle Bereiche</b>	Entwicklung einer Maske für den Einsatz mit dynamischen, datenbankgestützten Webseiten? Grundstrukturen der Menüführung sollten gleich sein, damit der User sich leichter zurecht findet



<b>Technik</b>	
<b>Projektschritte</b>	<b>Fragen / Tipps</b>
<b>Standort, erforderliche Leistungen</b>	Server-Platz für eine Website mieten, mehrere Kostenvoranschläge einholen!
<b>Erstellung eines Pflichtenheftes für den technischen Bereich</b>	Der Auftraggeber ist meist nicht in der Lage, das Pflichtenheft zu führen; er sollte dies demjenigen überlassen, der die Verantwortung für die technische Realisation trägt. Im Pflichtenheft werden alle Fakten und Beschlüsse abgelegt – es bildet den Leitfaden durch das gesamte Projekt. Je detaillierter die Angaben im Pflichtenheft sind, desto zielgerichteter kann die Arbeit durchgeführt werden.
<b>Bildschirmauflösung</b>	Gemäß dem aktuellen Stand der Technik empfehlen wir die Optimierung der Auflösung auf 1024 x 768 Pixel unter der Voraussetzung, dass bei 800 x 600 Pixel die Ansicht der Seite sichergestellt ist, ggf. mit Einschränkungen im Layout.
<b>Für welchen Browser und ab welcher Version wird optimiert</b>	Ein erfolgreicher Auftritt sollte immer mit den marktgängigen Browsern der führenden Anbieter – z. Zt. im Wesentlichen Internet Explorer (Windows) und Mozilla Firefox – zu betrachten sein und optimal funktionieren.
<b>Begrenzung des Informationsvolumens auf einer Seite</b>	Der Besucher Ihrer Seite wünscht schnelle, knappe und prägnante Informationen. Wenn möglich, sollten die Informationen auf eine Bildschirmseite passen, damit der Benutzer nicht endlos scrollen muss. Ist dies nicht möglich, denken Sie darüber nach, die Inhalte auf mehrere Seiten aufzuteilen!
<b>Hauptnavigation, Verweise</b>	Wenn es keine Hauptnavigationsleiste auf jeder Seite gibt, sollte zumindest immer ein Verweis zurück auf „Homepage“, „Index“ oder „Inhalt“, „Kontakt“ erfolgen. Auch Unterseiten sind genau zu prüfen!
<b>Orientierung des Users im Menü sicherstellen</b>	Eine gute Orientierung für den User sind Orientierungselemente wie kleine Buttons oder farbliche Komponenten, z. B. alle Patienten-Informationen auf „grauem Hintergrund“, alle ärztlichen Infos auf „hellblauem Hintergrund“. Der User sollte stets Antwort erhalten auf die Fragen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo befinde ich mich gerade innerhalb des Web-Auftrittes?</li> <li>• Wo war ich schon?</li> <li>• Wo sind die aktuellsten Infos?</li> <li>• Wie ist die Inhaltsstruktur?</li> <li>• Wie komme ich schnell zu meinem Wunschthema und wieder zurück?</li> </ul>
<b>Einsatz eines Redaktionssystems</b>	Redaktionssysteme sind interessant für Bereiche, die in kurzen Abständen aktualisiert und/oder dezentral mit Informationen gefüllt werden. Es gibt zahlreiche kostenlose Redaktionssysteme auf dem Markt. Wenden Sie sich an den Provider, um die technischen Möglichkeiten zu klären.
<b>Datenbankanbindungen</b>	Datenbankanbindungen eignen sich für zu durchsuchende oder sich stets verändernde Seiten, z. B. News, Diagnostik, Veranstaltungskalender etc.



<b>Technik</b>	
<b>Projektschritte</b>	<b>Fragen / Tipps</b>
<b>Einrichtung von geschlossenen Bereichen mit Zugriffsbeschränkungen/Nutzer-Registrierung</b>	Werden bei Therapiehinweisen für Ärzte Medikamente genannt, muss der Bereich nach Heilmittelwerbegesetz für autorisierte Fachgruppen geschlossen sein – siehe auch unsere Tipps dazu unter „Strategie“.
<b>Kommunikation mit den Nutzern</b>	Es ist zu klären, ob E-Mail-Funktionen, Foren, Chat-Räume oder Newsgroups eingerichtet werden sollen.
<b>Einschaltung externer Dienstleister</b>	Wird die gesamte Technik aus einer Hand (Agentur etc.) gemacht oder werden einzelne Bereiche fertig angeliefert? Bei Anlieferung einzelner Bereiche durch verschiedene Dienstleister muss auf alle Fälle ein einheitliches Layout und entsprechende Benutzerführung überprüft werden. Das Gesamtbild des Internetauftritts muss in sich konsistent erscheinen!
<b>Hilfsfunktionen</b>	Sind Seiten mit Hilfshinweisen bei Problemen mit der Navigation, mit dem Lesen oder Ausdrucken von pdf-Dateien (Hinweis auf Acrobat-Reader), mit dem Download von Bildern, Videos oder Ton (Hinweis auf herunterladbare Software für Betrachtung und Anhören) geplant, müssen diese benutzergerecht realisiert werden? Ein kleiner Button HILFE oder z. B. eine Graphik „verbundener Finger“ können durchgängig Hilfsfunktionen signalisieren.
<b>Formulare</b>	Formulare auf einer Internet-Seite bieten sich an, wenn man dem Benutzer z.B. Gelegenheit geben möchte, Informationen anzufordern. Sie erleichtern die Kontaktaufnahme durch ein einheitliches und vordefinierbares Layout.
<b>Promotion der Website</b>	Um die Auffindbarkeit der Website zu erleichtern, ist die Anmeldung bei diversen Suchmaschinen zu empfehlen.
<b>Statistikprogramm für Auswertung des Zugriffs auf die Seiten</b>	Um den Erfolg eines Internetauftritts zu prüfen, gibt es zahlreiche Analyse-Programme, die vom Provider zur Verfügung gestellt werden.