

**P R E S S E M I T T E I L U N G**

**Ein gelungener Auftritt: Die passende Webpräsenz für Klinikeinrichtungen**

*Was macht eine Website zum erfolgreichen Marketingtool für medizinische Einrichtungen? Die Leipziger Agentur rekordmarke hat Praxistipps zusammengestellt*

**Leipzig, im Februar 2022 – Ob potenzielle Patienten oder wechselwillige Pflegekräfte: Wer Informationen über ein Krankenhaus, eine spezielle Therapie oder zu einem neuen Arbeitsplatz benötigt, sucht danach auch im Internet. Der Online-Auftritt einer Klinik sollte daher gebündelte, hochwertige Inhalte liefern, die Kompetenz darstellen und eine einfache Kontaktaufnahme ermöglichen. Als Aushängeschild der Einrichtung ist die Website zugleich einer der wichtigsten digitalen Kontaktpunkte. Damit der Auftritt im Netz erfolgreich wird, gilt es bei der Gestaltung jedoch einiges zu beachten – sowohl bei der technischen Infrastruktur als auch hinsichtlich der Informationsdichte. Die Leipziger Agentur rekordmarke hat sich auf digitales Marketing in der Gesundheitswirtschaft spezialisiert und Tipps für den professionellen Webauftritt einer medizinischen Einrichtung zusammengestellt.**

**Was ist bei der Planung einer neuen Webpräsenz zu beachten?**

Zunächst stellt sich die Frage: Wen möchte ich mit meiner Seite erreichen? An dieser Fragestellung orientiert sich das weitere Vorgehen. Eine Website für Bewerber hat einen anderen Fokus als eine Informationsseite für potenzielle Patienten und braucht andere Inhalte. Dabei bildet das Nutzerbedürfnis den Grundstein der Website-Planung: Im ersten Schritt wird herausgearbeitet, wie sich die Zielgruppe verhält und nach welchen Informationen sie sucht. Mit diesen Insights können die Inhalte und Struktur der Seite geplant werden.

Ein weiterer elementarer Punkt ist die Entscheidung, welchen Typ Website die Einrichtungen genau benötigen.

Denn eine Corporate Website unterscheidet sich in ihrem Informationsgehalt und der Struktur stark von einem Bewerberportal. Auch Microsites und Landingpages stellen andere Anforderungen an den Content und die Seitenstruktur als die vorher genannten Site-Typen.

Generell gilt beim Aufbau eines Webauftritts das Prinzip „Form follows User“, d.h. eine klare Orientierung am Nutzerverhalten. Je geringer die Hürden für Interessenten sind, desto leichter lassen sich Kontakte generieren. Daraus ergibt sich für die Gestaltung: Langes Scrollen und Textwüsten vermeiden, Formulare übersichtlich und niederschwellig gestalten und Seiten klar strukturieren. Neben diesen Tipps kann die Seite besser konsumiert werden, wenn die technischen Grundlagen im Blick behalten werden. Eine Website mit hoher Seitenladengeschwindigkeit und optimaler mobiler Darstellung überzeugt die Benutzer und lässt ihr Interesse wachsen.

**Was zeichnet ein erfolgreiches Website-Setup aus?**

Bei rekordmarke liegt ein Augenmerk darauf, dass Inhalte benutzerfreundlich dargestellt werden. Text und Bild wechseln sich ab und dadurch werden auch schwer verständliche Inhalte leichter zugänglich.

Zudem ist es entscheidend, immer die User Experience im Blick zu haben. Wie im gesamten Konzeptions- und Erstellungsprozess empfiehlt sich der Blick aus Nutzersicht: Finden Anwender alle Informationen, die sie suchen und werden sie intuitiv zu einer Entscheidung geführt?

Die bereits beschriebenen technischen Faktoren spielen auch für die Suchmaschinenoptimierung eine zentrale Rolle. Linkstruktur, Meta Descriptions und SEO-relevante Keywords in Texten sind nur einige Buzzwords. Google verlangt vor allem nach gut lesbaren Inhalten mit hohem Informationsgehalt – genau wie potenzielle Patienten oder Bewerber. Texte sollten daher nicht zu kurz, sinnvoll strukturiert und interessant geschrieben sein. Wenn die Seite relevant für Suchmaschinen sein soll, können SEO-Experten dabei helfen, die Ergebnisse zu optimieren.

**Was erleichtert die Kontaktaufnahme für Bewerbende?**

Neben den genannten Punkten stellt eine speziell auf das Recruiting ausgerichtete Website zusätzliche Anforderungen bei der Entwicklung.

Fürs Recruiting ist die Website der wichtigste Kontaktpunkt für Bewerberinnen und Bewerber. So müssen Interessierte direkt zum passenden Job geleitet und umfassend informiert werden. Wichtig dabei: Es sollten so viele Informationen über die Einrichtung und den Job wie möglich, aber so wenig wie nötig vermittelt werden, um Bewerber nicht zu überfordern. Neben Informationsangeboten ist eine Möglichkeit zur direkten Kontaktaufnahme wichtig. Diese erleichtert den Arbeitssuchenden die Bewerbung, macht den Bewerbungsprozess schlank und unkompliziert. Damit Interessierte schnell und einfach Kontakt aufnehmen können, sollte ein Formular innerhalb von zwei Minuten auszufüllen sein.

**Mit einem standardisierten Vorgehen zum Erfolg**

Sven Lehmann, Brand Director bei rekordmarke, erklärt die Vorgehensweise der Agentur bei der Erstellung einer Website: „Meldet eine Einrichtung einen Bedarf an, gehen wir gemeinsam in die Abstimmung der Website-Ziele und erarbeiten ein Briefing. Im Anschluss steht die Konzeption der Seite an, dies kann zur Veranschaulichung auch in Form eines Website-Scribbles erfolgen. Nach Abstimmung und Freigabe der Inhaltselemente und Inhalte geht es an die technische Entwicklung und das Setup der Seite, bevor das Go-Live erfolgt.“ Mit diesem Vorgehen hat die Leipziger Agentur in den letzten Jahren sehr gute Erfahrungen gemacht und zahlreiche Website-Projekte erfolgreich gelauncht.

Weitere Informationen über rekordmarke sind unter folgendem Link verfügbar: <https://www.rekordmarke.de/>

**Über rekordmarke**

Rekordmarke ist die Digital Marketing Agentur für die Gesundheitswirtschaft. Im Fokus steht die enge Verknüpfung aus strategischer Markenführung und digitaler Performance für Unternehmen aus der Gesundheitswirtschaft, vom Klinikbetreiber bis zum Anbieter von Health Devices für den Heimgebrauch. Ein Schwerpunkt bildet die Generierung von Leads in den Bereichen Personal und Patienten für Betreiber von Rehabilitations-, Akut-, Praxis- und Spezialkliniken. Ergänzt wird das Produktportfolio u.a durch die Erstellung von Websites sowie Karriereportalen, wodurch der vollumfängliche Marketing-Mix seine volle Wirkung entfalten kann. Durch die Erstellung von kleinen und großen Websites oder Karriereportalen für die jeweilige Zielgruppe wird die Vermarktung in ihrer Wirkung unterstützt. Rekordmarke ist seit 2016 als eigene Marke der mellowmessage GmbH aktiv und Teil eines starken Netzwerks.

**Unternehmenskontakt:**

Tobias Brade

rekordmarke – eine Marke der mellowmessage GmbH

Härtelstr. 27

04107 Leipzig

E-Mail: tobias.brade@rekordmarke.de

Tel: 0341 – 140 655 – 762

**Pressekontakt:**

Andrea Weinholz

Weinholz Kommunikation

Plinganserstr. 59

81369 München

E-Mail: andrea@weinholz.org

Tel: 089 -24 24 16 95