STUDIO WÖLFEL · RATGEBER FÜR PRAXEN

Die Praxis-Website-Checkliste

Sieben Phasen, von der ersten Idee bis nach dem Launch

Mit dieser Checkliste arbeite ich selbst in Projekten mit Praxen. Sie hilft Ihnen, nichts Wichtiges zu vergessen, egal ob Sie eine neue Website planen, eine Praxis übernehmen oder Ihren bestehenden Auftritt überarbeiten.

So nutzen Sie die Checkliste

Gehen Sie die Phasen der Reihe nach durch und haken Sie ab, was erledigt ist. Nicht jeder Punkt passt auf jede Praxis. Was für Sie nicht zutrifft, streichen Sie einfach. Unter jeder Phase finden Sie Platz für eigene Notizen und den passenden Artikel aus meinem Ratgeber, falls Sie tiefer einsteigen möchten.

Die sieben Phasen

01 Ausgangslage klären

02 Ziele und Patient:innen

03 Aufbau und Seitenstruktur

04 Inhalte, Texte und Fotos

05 Recht und Datenschutz

06 Vor dem Launch

07 Nach dem Launch

PHASE 01

Ausgangslage klären

Bevor irgendetwas gestaltet wird, lohnt ein ehrlicher Blick auf das, was schon da ist. Das spart später Diskussionen und Geld.

- ☐ **Aktuelle Website auf dem Handy testen.** Finden Sie Öffnungszeiten, Telefonnummer und Terminmöglichkeit in unter einer Minute? Bitten Sie auch jemanden außerhalb der Praxis, es zu versuchen.
- ☐ **Zugänge zusammentragen.** Domain, Hosting, WordPress oder Baukasten, E-Mail-Postfächer, Google-Unternehmensprofil. Notieren Sie, wer welche Zugangsdaten hat.
- ☐ **Klären, wem die Domain gehört.** Sie sollte auf die Praxis oder die Praxisinhaber:in registriert sein, nicht auf eine frühere Agentur oder den Vorgänger.
- ☐ **Häufigste Anrufe am Empfang notieren.** Eine Woche lang Strichliste führen. Was dort immer wieder gefragt wird, gehört gut sichtbar auf die Website.
- ☐ **Anlass festhalten.** Neugründung, Übernahme, Relaunch, neue Leistung, zu wenige Anfragen? Der Anlass bestimmt, was zuerst wichtig ist.
- ☐ **Budget und Zeitrahmen grob abstecken.** Gibt es einen festen Termin, etwa eine Praxiseröffnung oder Übernahme? Dann rückwärts planen.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Website-Relaunch: Woran Sie erkennen, dass es Zeit ist

Praxisübernahme: Die Website in den ersten acht Wochen

NOTIZEN

PHASE 02

Ziele und Patient:innen

Eine Praxiswebsite muss nicht alles können. Sie muss die Fragen beantworten, mit denen Ihre Patient:innen kommen.

- ☐ **Wichtigstes Ziel festlegen.** Mehr Terminanfragen, weniger Telefonate, bestimmte Leistungen bekannter machen oder Fachpersonal gewinnen. Eins steht vorne.
- ☐ **Patient:innen beschreiben.** Wer kommt zu Ihnen? Alter, Anliegen, Sprache, wie mobil. Das entscheidet über Ton, Schriftgröße und Aufbau.
- ☐ **Leistungen priorisieren.** Welche Leistungen sollen gefunden werden, welche laufen sowieso? Nicht alles braucht eine eigene Seite.
- ☐ **Personal mitdenken.** Suchen Sie MFA oder Ärzt:innen? Dann gehört eine Karriereseite oder ein klarer Hinweis in die Planung.
- ☐ **Wettbewerb anschauen.** Drei bis fünf Praxen in Ihrer Umgebung und Fachrichtung: Was gefällt Ihnen, was stört Sie?
- ☐ **Eigene Haltung formulieren.** Wofür steht Ihre Praxis? Zwei, drei Sätze reichen. Daran richten sich Gestaltung und Texte aus.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Warum Patient:innen Ihre Praxis online nicht finden

NOTIZEN

PHASE 03

Aufbau und Seitenstruktur

Die meisten Praxen kommen mit wenigen, gut gegliederten Seiten aus. Entscheidend ist, dass jede Seite eine klare Aufgabe hat.

- ☐ **Seitenliste festlegen.** Grundausstattung: Startseite, Praxis und Team, Leistungen, Kontakt und Anfahrt, Impressum, Datenschutz.
- ☐ **Weg zur Terminanfrage planen.** Von jeder Seite aus sollte der Termin mit höchstens einem Klick erreichbar sein, auf dem Handy ohne Suchen.
- ☐ **Terminvergabe klären.** Telefon, Formular oder Online-Buchungssystem? Wenn ein System im Einsatz ist: Anbieter und Einbindungsmöglichkeit prüfen.
- ☐ **Öffnungs- und Sprechzeiten eindeutig machen.** Getrennt nach Sprechstunde, Telefonzeiten und offener Sprechstunde, falls das bei Ihnen unterschiedlich ist.
- ☐ **Mehrere Standorte oder Fachrichtungen bedenken.** Sie beeinflussen Menüführung, Adressangaben und die Einrichtung bei Google.
- ☐ **Aktuelles und Urlaubshinweise einplanen.** Wo stehen Praxisschließungen und Vertretungen? Am besten an einer festen, leicht pflegbaren Stelle.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Welche Seiten braucht eine Praxiswebsite?

NOTIZEN

PHASE 04

Inhalte, Texte und Fotos

Hier entscheidet sich der Zeitplan. Eine Website ist erfahrungsgemäß schnell gebaut, sobald alle Inhalte vorliegen.

- ☐ **Texte in Patientensprache.** Kurze Sätze, wenig Fachbegriffe. Wo ein Fachbegriff nötig ist, wird er in einem Halbsatz erklärt.
- ☐ **Leistungen beschreiben.** Pro Leistung: Was ist das, für wen ist es gedacht, wie läuft es ab, wird es von der Kasse übernommen?
- ☐ **Teamangaben sammeln.** Namen, Funktionen, Qualifikationen, Schwerpunkte. Einwilligungen für Fotos und Namen der Mitarbeitenden schriftlich einholen.
- ☐ **Eigene Fotos statt Stockbilder.** Praxisräume, Empfang, Team. Ein professionelles Shooting zahlt sich über Jahre aus.
- ☐ **Bildrechte klären.** Für jedes Foto muss feststehen, wer es gemacht hat und dass Sie es online nutzen dürfen.
- ☐ **Logo und Farben bereitstellen.** Möglichst als Vektordatei (AI, EPS, SVG oder PDF). Fehlt ein stimmiges Erscheinungsbild, jetzt mitplanen statt später nachrüsten.
- ☐ **Eine Person für Rückfragen benennen.** Wer in der Praxis gibt Inhalte frei? Eine Ansprechperson beschleunigt jede Abstimmung.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Praxisfotos, die Vertrauen schaffen
Praxisfarben: Von der Wandfarbe bis zur Website

NOTIZEN

PHASE 05

Recht und Datenschutz

Für Arztpraxen gelten strengere Regeln als für viele andere Websites. Die Punkte hier ersetzen keine Rechtsberatung, zeigen aber, was in Praxen erfahrungsgemäß fehlt.

- ☐ **Vollständiges Impressum.** Neben den üblichen Angaben: Kammer, gesetzliche Berufsbezeichnung und Verleihungsstaat, Verweis auf die Berufsordnung, zuständige KV oder Aufsichtsbehörde.
- ☐ **Datenschutzerklärung passend zur Technik.** Sie muss jedes eingebundene Tool nennen: Formular, Buchungssystem, Karte, Schriften, Statistik.
- ☐ **Kontaktformular sicher gestalten.** Verschlüsselte Übertragung, nur nötige Felder, keine Abfrage von Diagnosen oder Befunden über ein einfaches Formular.
- ☐ **Einbindungen datensparsam lösen.** Schriften lokal einbinden, Karten und Videos erst nach Klick laden, Cookie-Einwilligung nur dort, wo sie wirklich nötig ist.
- ☐ **Werbeaussagen prüfen.** Keine Heilversprechen, keine Vorher-nachher-Vergleiche bei bestimmten Behandlungen, keine irreführenden Superlative (Heilmittelwerbegesetz und Berufsordnung).
- ☐ **Barrierefreiheit berücksichtigen.** Ausreichende Kontraste, lesbare Schriftgrößen, Alternativtexte für Bilder, Bedienung per Tastatur. Ob Ihre Praxis gesetzlich dazu verpflichtet ist, im Zweifel prüfen lassen.
- ☐ **Rechtstexte verantworten.** Impressum und Datenschutzerklärung von Ihrer Rechtsberatung oder einem spezialisierten Generator erstellen bzw. prüfen lassen.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Praxiswebsite und DSGVO: Was auf Ihre Seite gehört — und was nicht
Werbung für Arztpraxen: Was HWG und Berufsordnung erlauben

NOTIZEN

PHASE 06

Vor dem Launch

Der letzte Durchgang, bevor die Seite öffentlich wird. Am besten mit frischem Blick und auf mehreren Geräten.

- ☐ **Auf Handy, Tablet und Rechner testen.** Alle Seiten, alle Menüpunkte, im Hoch- und Querformat.
- ☐ **Telefonnummer und E-Mail anklickbar.** Ein Tipp auf die Nummer soll auf dem Handy direkt den Anruf starten.
- ☐ **Formulare und Buchung testen.** Eine Testanfrage abschicken. Kommt sie an? Bei wem? Erhält die Absender:in eine Bestätigung?
- ☐ **Ladezeit prüfen.** Bilder komprimiert, keine unnötigen Plugins. Mit Google PageSpeed Insights einen ersten Eindruck holen.
- ☐ **Suchmaschinen-Grundlagen setzen.** Seitentitel und Beschreibungen für jede Seite, sinnvolle Überschriften, Standort im Text.
- ☐ **Alle Texte gegenlesen lassen.** Tippfehler, veraltete Angaben, falsche Öffnungszeiten. Am besten von jemandem, der die Texte nicht geschrieben hat.
- ☐ **Alte Adressen weiterleiten.** Bei einem Relaunch: Die Adressen der alten Unterseiten auf die passenden neuen umleiten, damit Google-Treffer nicht ins Leere führen.

MEHR DAZU IM RATGEBER

Was kostet eine Website für eine Arztpraxis?

NOTIZEN

PHASE 07

Nach dem Launch

Eine Website ist mit dem Launch nicht fertig. Mit wenig regelmäßigem Aufwand bleibt sie sicher, aktuell und sichtbar.

- ☐ **Google-Unternehmensprofil abgleichen.** Name, Adresse, Telefon und Öffnungszeiten exakt wie auf der Website. Website-Adresse eintragen, Fotos ergänzen.
- ☐ **Einträge in Verzeichnissen prüfen.** Arztsuche der KV, Jameda, Doctolib und Branchenbücher: überall dieselben Angaben.
- ☐ **Updates und Backups regeln.** WordPress, Theme und Plugins regelmäßig aktualisieren, Backups automatisch sichern. Selbst oder im Rahmen einer Betreuung.
- ☐ **Zuständigkeit für Inhalte festlegen.** Wer ändert Urlaubszeiten, Teamfotos, neue Leistungen? Eine Person in der Praxis, einmal eingewiesen.
- ☐ **Mit Bewertungen umgehen.** Zufriedene Patient:innen dürfen um eine Bewertung gebeten werden. Auf Kritik sachlich und ohne Patientendaten antworten.
- ☐ **Einmal im Jahr durchsehen.** Stimmen Leistungen, Team, Preise für Selbstzahlerleistungen und Rechtstexte noch?

MEHR DAZU IM RATGEBER

Das Google-Unternehmensprofil für Arztpraxen richtig einrichten

NOTIZEN

UND JETZT?

Sie müssen das nicht allein abarbeiten.

Wenn Sie beim Durchgehen gemerkt haben, dass mehr offen ist als gedacht: Das ist normal. Die meisten Praxen, mit denen ich arbeite, starten genau an diesem Punkt.

Im kostenlosen Erstgespräch schauen wir gemeinsam auf Ihre Checkliste, klären, was wirklich wichtig ist, und was sich später erledigen lässt. Unverbindlich und ohne Verkaufsdruck.

Erstgespräch vereinbaren



Saskia Wölfel, Diplomdesignerin
Studio Wölfel | Design für Ärzte
info@studiowoelfel.de
www.studiowoelfel.de

Diese Checkliste gibt einen Überblick aus der gestalterischen Praxis und ersetzt keine Rechtsberatung. Stand: September 2026.