

BEREIT FÜR DIE NEUEN PATIENTEN?



BEVOR DEINE PRAXIS STARTET – SOLLTE DEIN AUFTRITT STIMMEN.



Du hast studiert, dich spezialisiert, eine Praxis aufgebaut – und jetzt stehst du vor einer der wichtigsten Fragen: Wie will ich nach außen wirken?

Genau dafür habe ich diese Checkliste entwickelt.

Nicht als trockene To-do-Liste, sondern als ehrlicher Spiegel. In 15 Minuten bekommst du ein klares Gefühl dafür, wie deine Marke aussehen, wirken und wahrgenommen werden soll – damit Patienten dir von Anfang an vertrauen.

Tipp: Notiere deine Antworten direkt hier im Dokument – sie bilden die Grundlage für dein individuelles Branding oder Website-Design.

*Liebe Grüße,
Victoria*

Lass uns starten!

LOGO & CORPORATE IDENTITY

WIE WIRKT DEINE PRAXIS AUF DEN ERSTEN BLICK?

- Mein Logo sieht professionell aus – auch verkleinert auf einer Visitenkarte.
Ein gutes Logo funktioniert in jeder Größe. Teste es auf 2x2 cm.
- Mein Logo passt zur Fachrichtung und zur Zielgruppe meiner Praxis.
Ein Kinderzahnarzt kommuniziert anders als ein plastischer Chirurg.
- Ich habe eine klar definierte Farbpalette (max. 2-3 Farben) und verwende sie konsistent.
Konsistenz schafft Wiedererkennung – und Wiedererkennung schafft Vertrauen.
- Meine Schriftart ist gut lesbar und wirkt professionell – keine Standard-Systemschriften.
Arial und Times New Roman signalisieren: „Ich habe nicht investiert.“

TIPP

Drei Zeichen, dass dein Logo ein Problem hat: Es enthält ein Stethoskop oder Kreuz als Symbol – das haben tausende andere auch. Es ist nur als JPG vorhanden – du brauchst es als Vektordatei (.svg oder .ai). Es sieht auf weißem Hintergrund gut aus, aber auf dunklem unleserlich.

WEBSITE

DEIN WICHTIGSTER MITARBEITER – RUND UM DIE UHR

- Meine Website ist mobil optimiert (sieht auf dem Handy genauso gut aus wie am PC).
Über 70% deiner Patienten googeln dich auf dem Smartphone.
- Auf meiner Startseite ist sofort klar: Wer ich bin, was ich anbiete und für wen.
3 Sekunden. Mehr Zeit hast du nicht.
- Meine Praxis ist bei Google Maps eingetragen und vollständig ausgefüllt.
Inklusive Fotos, Öffnungszeiten und aktueller Telefonnummer.
- Meine Website lädt schnell – unter 3 Sekunden.
Jede Sekunde länger reduziert die Abschlussrate um ca. 20%.
- Es gibt eine einfache Möglichkeit, einen Termin zu buchen oder Kontakt aufzunehmen.
Online-Terminbuchung oder ein gut sichtbares Kontaktformular – beides erhöht Anfragen messbar.
- Meine Website ist DSGVO-konform (Datenschutzerklärung, Cookie-Hinweis, Impressum).
Pflicht in Österreich. Ohne das riskierst du Abmahnungen.

TIPP

Schick deiner Website-Adresse an jemanden, der deine Praxis nicht kennt. Frag ihn: Was macht diese Praxis? Für wen ist sie? Wie buche ich einen Termin? Kann er alle drei Fragen in 10 Sekunden beantworten – perfekt. Wenn nicht, weißt du, wo du anfangen musst.

DRUCKSORTEN & PHYSISCHER AUFTRITT WAS PATIENTEN ANFASSEN – UND MITNEHMEN

- Meine Visitenkarte spiegelt das gleiche Design wider wie meine Website und mein Logo.
Kein Mix aus verschiedenen Epochen deines Brandings.
- Das Praxisschild ist professionell gestaltet und gut lesbar – auch aus der Entfernung.
Erster physischer Eindruck – vor der Tür beginnt das Vertrauen.
- Mein Briefpapier, meine Formulare und meine Terminkarten folgen dem gleichen Design.
Konsistenz über alle Berührungspunkte signalisiert Professionalität.

TIPP

Lege deine Visitenkarte, dein Briefpapier und dein Terminkärtchen nebeneinander auf den Tisch. Sehen sie aus, als kämen sie aus derselben Praxis? Gleiche Farben, gleiche Schrift, gleicher Stil? Wenn nicht, signalisierst du unbewusst: hier stimmt etwas nicht.

KOMMUNIKATION & SPRACHE

WIE DU ÜBER DEINE PRAXIS SPRICHST

- Ich weiß, wer meine Wunschpatientin ist – und spreche sie in meiner Kommunikation direkt an.
Wer alle anspricht, spricht niemanden an.
- Meine Texte auf der Website sind klar, verständlich und frei von medizinischem Fachjargon.
Patienten wollen sich verstanden fühlen – nicht eingeschüchtert.
- Mein Auftritt kommuniziert klar, warum Patienten zu mir kommen sollen – und nicht zur Praxis drei Straßen weiter.
Was macht dich besonders? Fachrichtung, Methode, Atmosphäre?
- Ich verwende auf allen Kanälen (Website, Instagram, Drucksorten) denselben Ton und dieselbe Ansprache.
Du oder Sie – Hauptsache konsistent. Wechselnde Ansprache verwirrt.

TIPP

Google deinen eigenen Namen und lies den ersten Satz, der über deine Praxis erscheint. Würdest du nach diesem Satz einen Termin buchen? Spricht er deine Wunschpatientin an – oder könnte er von jeder anderen Praxis in Wien sein? Wenn er austauschbar klingt, ist er es auch.

SOCIAL MEDIA & ONLINE-PRÄSENZ

WO PATIENTEN DICH FINDEN BEVOR SIE ANRUFEN

- Mein Instagram- oder Facebook-Profil ist vollständig ausgefüllt und aktuell.
Name, Beschreibung, Link zur Website, Profilfoto – alles vorhanden?
- Mein Profilfoto auf Social Media ist ein professionelles Portrait – kein Selfie, kein Logo.
Menschen verbinden sich mit Menschen, nicht mit Logos.
- Ich poste regelmäßig – mindestens 2x pro Woche – und die Inhalte passen zum Auftritt meiner Praxis.
Unregelmäßige Posts signalisieren eine unorganisierte Praxis.
- Meine Social Media Beiträge sehen aus wie meine Website – selbe Farben, selbe Schriften, selbes Gefühl.
Visuelle Konsistenz ist das Fundament jeder starken Marke.

TIPP

Drei Zeichen, dass dein Social Media Auftritt Patienten kostet:
Dein letzter Post ist älter als 4 Wochen – wirkt wie eine geschlossene Praxis. Deine Beiträge haben keine visuelle Konsistenz – jeder Post sieht aus wie von einer anderen Person. Du postest nur Fachliches – aber keine Persönlichkeit.
Patienten folgen Menschen, nicht Titeln.

VERTRAUEN & ERSTEINDRUCK

WAS PATIENTEN SPÜREN, BEVOR SIE SPRECHEN

- Wenn ich meine eigene Website sehe, bin ich stolz darauf – und würde sie aktiv weiterempfehlen.
Der ehrlichste Test. Wenn du zögerst – zögern Patienten auch.
- Meine Praxis hat Bewertungen auf Google und ich reagiere darauf (auch auf kritische).
Bewertungen sind Vertrauen in Textform. Keine Reaktion = kein Interesse.
- Ein Fremder, der nichts über mich weiß, kann in 10 Sekunden auf meiner Website verstehen, wofür ich stehe.
Bitte jemanden aus deinem Umfeld, es zu testen.

TIPP

Geh deinen eigenen Weg als Patient durch: Google deinen Namen, klick auf die Website, such den Termin-Button, füll das Kontaktformular aus. Wie lange hat das gedauert? Wie hat es sich angefühlt? Jeder Schritt, der zögern lässt, ist ein Schritt, bei dem ein Patient abspringt.

AUSWERTUNG DEIN ERGEBNIS

SO VERWENDEST DU DIESE CHECKLISTE

○ = noch nicht umgesetzt (0 Punkte)

✓ = umgesetzt (1 Punkt)

Zähle deine Punkte zusammen. Wie viele Punkte hast du erreicht?

20-22
Punkte

Sehr gut aufgestellt.

Dein Auftritt ist professionell und vertrauenswürdig.
Kleinen Feinschliff können wir gern gemeinsam besprechen.

13-19
Punkte

Solide Basis. Es gibt noch Luft nach oben.

Du hast wichtige Grundlagen, aber einige Bereiche kosten dich jeden Monat Patienten. Lass uns reden.

0-12
Punkte

Handlungsbedarf. Jetzt.

Dein Auftritt kostet dich täglich Vertrauen und Anfragen. Ein Gespräch mit Brand Büro lohnt sich.

*Dein Auftritt sollte so stark
sein wie deine Arbeit.*

KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH

BRAND BÜRO

STARTE NICHT MIT EINEM CHAOTISCHEN AUFTRITT –
EIN DURCHDACHTES BRANDING SPART SPÄTER ZEIT,
GELD UND MACHT DICH SOFORT PROFESSIONELL
SICHTBAR.

Möchtest du
ein kostenloses Erstgespräch buchen und wir
gehen alles gemeinsam durch!

TERMIN RESERVIEREN

