

360° Digital Media Audit *für Ärztinnen und Ärzte*

IMWF Management- und
Wirtschaftsforschung GmbH
Eduardgasse 1/306
1180 Wien

Wir zeigen, wie sichtbar und professionell Ihre Ordination online aufgestellt ist – auf Google, Social Media, Website, Bewertungsplattformen und KI-Tools.

Wir analysieren Ihren Auftritt im Vergleich zum Wettbewerb und geben konkrete Empfehlungen, wie Sie **Ihre digitale Präsenz gezielt verbessern** können.

VORTEILE

- **Bessere Auffindbarkeit:** Optimierung für Google, Portale und Verzeichnisse.
- **Mehr Vertrauen:** Bewertungsmanagement für Top-Reputation.
- **Perfekte Website:** Schnell, barrierefrei, DSGVO-konform
- **Starke Social Media:** Mehr Reichweite, Interaktion und Vielfalt.
- **Optimierung für KI Tools:** Strukturierte Daten, Rich Snippets

LIEFERUNG UND KOSTEN

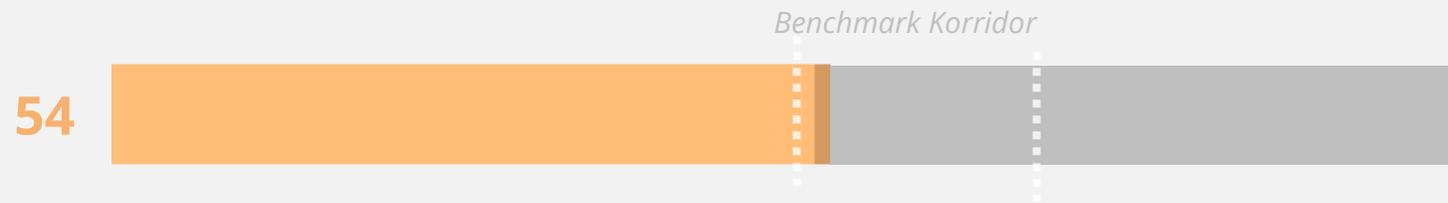
- **Bewertung und Benchmark** für Ihren digitalen Auftritt als PDF Report
- Inklusive **einer Stunde Onlineberatung** mit einem unserer Digitalexpert:innen
- **Konkrete Handlungsempfehlungen** und Abschätzung der Aufwände für interne oder externe Umsetzung
- **Komplettpaket** Digital Media Audit inkl. Beratungsstunde (online) nur **€ 1.950,-** zzgl. Ust.

Bei Interesse oder Rückfragen: Rufen Sie uns an [01/346 06 67 10](tel:01346066710) oder schreiben Sie uns an info@imwf.at

Digital Media Performance

Gesamtindex Musterordination

August 2025



Der Index der **Musterordination** liegt im August 2025 bei 48 von 100 Punkten und befindet sich damit im unteren Bereich des digitalen Benchmark-Korridors für **Privatarztpraxen in Wien**. Während technische Grundlagen wie Performance und KI-Erkennbarkeit gut erfüllt sind, besteht deutlicher Nachholbedarf in den Bereichen Content-Tiefe, Social Media Präsenz und Suchmaschinenoptimierung.

Die wichtigsten Empfehlungen für die Verbesserung der Digital Media Performance der Mustermann GmbH sind:

- Website-Inhalte ausbauen und strukturiert aufbereiten **+9**
- Google-Präsenz optimieren (My Business, Rezensionen, strukturierte Daten) **+8**
- Content-Formate und Postingfrequenz auf Social Media konsequent steigern **+6**

Digital Media Performance

Bewertung nach Bereichen

Bewertungsbereich

Bewertung von 100 Punkten, Benchmark-Bereich

Zusammenfassung wichtigste **Empfehlungen**

Bewertungsbereich	Bewertung	Benchmark-Bereich	Zusammenfassung wichtigste Empfehlungen
 Website Technik & Service Performance, Barrierefreiheit, Patientenservice	66		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mobile UX & Layoutstruktur verbessern ➤ Seitenladezeit verbessern ➤ Barrierefreiheit sicherstellen
 Website Content Struktur, Formate, Aktualität und Relevanz	81		<ul style="list-style-type: none"> ➤ URLs strukturieren ➤ Proaktives Rezensionsmanagement ➤ Struktur und SEO-Basics optimieren
 Bewertungsmanagement Anzahl & Qualität, Feedbackmanagement, Förderung der Bewertung	56		<ul style="list-style-type: none"> ➤ LinkedIn Profile bereinigen ➤ Instagram pflegen, ggf. mit FB Content
 Local Search / SEO SEO, Google My Business, Maps, Bewertungsportale	25		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Thin Content vermeiden – Inhalte mit Mehrwert ausbauen ➤ Frequenz der Postings erhöhen
 Social Media & Patientenbindung Plattformstrategie, Postingfrequenz, Interaktion, Inhaltliche Ausrichtung	55		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interaktionen steigern durch höhere Postingfrequenz
 KI Search & Tools Strukturierte Daten, Earned Media, Korrekte Informationen in KI Tools	42		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Strukturierte Daten ergänzen ➤ Wikipedia-Beitrag aktualisieren



Website Technik & Service

66 Punkte Gesamt

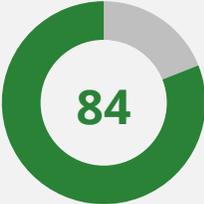
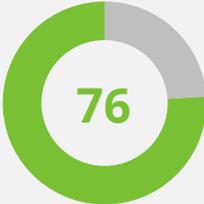
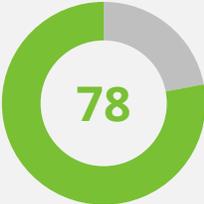


Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Technische Performance	 <p>81</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Mittelwert Ladezeiten Desktop Score~ Mittelwert Ladezeiten Mobile Score✓ Mobile-Friendly-Test✓ HTTPS/SSL-Zertifikat aktiv & gültig	<ul style="list-style-type: none">➤ Render-Blocking-Ressourcen eliminieren➤ Unnötiges JavaScript reduzieren bzw. verzögert laden
Barrierefreiheit	 <p>62</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Kontrastverhältnis Text/Hintergrund (WCAG)~ Alt-Texte bei nicht-dekorativen Bildern~ Tastatur-Navigation✓ Einfache Sprache, Fachbegriffe erklärt	<ul style="list-style-type: none">➤ Alt-Texte für alle relevanten Bilder ergänzen➤ Navigationselemente und Formulare mit ARIA-Rollen und tabindex strukturieren
Patientenservice	 <p>55</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Online-Terminbuchung! Kontaktmöglichkeiten DSGVO-konform~ Öffnungszeiten an allen wichtigen Stellen✓ Anfahrtsbeschreibung mit Maps-Einbindung	<ul style="list-style-type: none">➤ Kontaktformular mit SSL-Verschlüsselung und DSGVO-Hinweisen ausstatten➤ Öffnungszeiten & Kontakt prominent in Header oder Startseiten-Bereich setzen



Website Content

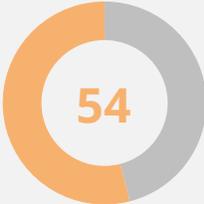
81 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Content-Struktur	 <p>84</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Leistungsübersicht vollständig & leicht auffindbar✓ Vorstellung des Ordinationsteams✓ Patienteninformationen zu typischen Fragen~ Klare Sprache – kurze Sätze, Fachbegriffe erklärt	<ul style="list-style-type: none">▶ Vollständige Liste aller Fachgebiete und Zusatzleistungen anlegen▶ FAQ-Bereich oder Themenseiten zu häufigen Patiententhemen erstellen
Content-Formate	 <p>76</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Formatevielfalt✓ Visuelle Aufbereitung✓ Medienqualität	<ul style="list-style-type: none">▶ Downloadbare Dokumente wie Checklisten oder Patienteninfos bereitstellen
Aktualität & Relevanz	 <p>78</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Aktualisierung der Website~ Saisonale Themen integriert✓ Relevanz der Inhalte für Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">▶ Verstärkt saisonale Aktionen und Themen einbinden (z. B. Impfwochen, Sommercheck)



Bewertungsmanagement

56 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Quantität und Qualität	 60	<ul style="list-style-type: none">~ Anzahl der Bewertungen im Fachvergleich✓ Durchschnittsbewertung im Fachvergleich✓ Aktualität der Bewertungen	<ul style="list-style-type: none">➤ Patient:innen gezielt um Bewertungen bitten➤ Auf mehreren Plattformen Feedback sammeln, nicht nur auf Google
Aktives Feedback-Management	 54	<ul style="list-style-type: none">✓ Reaktionsquote auf Bewertungen~ Reaktionsgeschwindigkeit✓ Tonalität der Antworten! DSGVO-Konformität der Antworten~ Umgang mit negativen Bewertungen	<ul style="list-style-type: none">➤ Jede neue Bewertung zeitnah beantworten➤ Bei Kritik konstruktiv reagieren und zu einer persönlichen Klärung einladen➤ Persönliche Informationen zu den Patient:innen keinesfalls nennen
Call-to-Action für Bewertungen	 55	<ul style="list-style-type: none">~ Bewertungslinks auf der Website✓ Hinweise in Social-Media-Profilen! Bewertungslink in Google	<ul style="list-style-type: none">➤ Bewertungslinks deutlich auf Website (Startseite & Kontaktseite) einfügen➤ In Google My Business direkten Bewertungslink hinterlegen



Lokale Suche & Rezensionen

25 Punkte Gesamt



Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Lokale SEO	 <p>28</p>	<ul style="list-style-type: none">! Relevante Suchbegriffe eingebunden! Strukturierte Daten nach Schema.org~ Rich Snippets (Bewertungen, Öffnungszeiten) in den Suchergebnissen sichtbar~ Konsistenz der NAP-Daten (Name, Address, Phone) auf allen Plattformen	<ul style="list-style-type: none">➤ Standort-Keywords gezielt in Seitentitel, Überschriften und Text einbauen➤ Strukturierte Daten (JSON-LD) mit Praxisinfos ergänzen➤ Einheitliche NAP-Daten in allen Online-Verzeichnissen sicherstellen
Google My Business & Karten	 <p>22</p>	<ul style="list-style-type: none">! Vollständigkeit des Profils~ Aktualität der Daten! Visuelle Präsentation! Nutzung der Beitrag-/Update-Funktion~ Platzierung in lokalen Suchergebnissen	<ul style="list-style-type: none">➤ Alle GMB-Daten prüfen und vervollständigen, inkl. Leistungskategorien➤ Mindestens 5 hochwertige Praxis- und Teamfotos hochladen➤ Regelmäßig kurze Beiträge oder Aktionen im Profil veröffentlichen
Bewertungsportale	 <p>25</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Präsenz auf den wichtigsten Portalen~ Vollständigkeit der Profile! Aktualität der Einträge! Backlinks von diesen Portalen zur Praxiswebsite	<ul style="list-style-type: none">➤ Profile auf allen relevanten Portalen anlegen oder vervollständigen➤ Backlink zur Praxiswebsite setzen, um SEO-Wert zu erhöhen



Social Media & Patientenbindung

55 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Plattformstrategie	 <p>75</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Vorhandensein relevanter Kanäle✓ Konsistenz im Branding~ Vollständigkeit der Profile~ Reichweite	<ul style="list-style-type: none">➤ Update Logo auf Facebook➤ Kontakt- und Leistungsinformationen in LinkedIn-Profil hinterlegen
Postingfrequenz & Interaktion	 <p>39</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Postingfrequenz! Reaktionszeit auf Kommentare~ Engagementrate	<ul style="list-style-type: none">➤ Auf Facebook-Kommentare zeitnah reagieren, ggf. Vorlagen für Assistenten anfertigen➤ Interaktive Inhalte einplanen (Umfragen, kurze Fragen an die Community)
Inhaltliche Ausrichtung	 <p>50</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Vielfalt der Themen~ Patientennutzen im Fokus~ Bild-/Videoeinsatz passend zu den Themen	<ul style="list-style-type: none">➤ Patientennutzen stärker in Posts einbinden➤ Wiederkehrendes Format entwickeln (z. B. „Gesundheitstipp der Woche“)➤ Foto- und Videomaterial aus der Praxis nutzen, um Authentizität zu steigern



KI Search & Tools

42 Punkte Gesamt

Kategorie	Bewertung	Kriterien	Empfehlungen
Strukturierte Daten	<p>52</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Maschinenlesbarer Praxisinformationen! Korrekte Kodierung für KI-Systeme~ Einbindung von FAQPage-, Review- oder Event-Markup	<ul style="list-style-type: none">▶ Strukturierte Daten gezielt für Google, Bing und KI-Modelle optimieren▶ Neben Basisinfos auch FAQs oder Veranstaltungen strukturiert einbinden▶ Einheitliche IDs zu allen Online-Profilen setzen, um KI-Zuordnung zu verbessern
Erwähnung in Medien und auf Fachportalen	<p>45</p>	<ul style="list-style-type: none">~ Anzahl der Erwähnungen in seriösen Gesundheitsportalen, Fachgesellschaften oder Branchenverzeichnissen~ Qualität der Quellen! Backlinks von diesen Portalen zur Praxiswebsite	<ul style="list-style-type: none">▶ Einträge in relevanten medizinischen Verbandsverzeichnissen sichern▶ Backlinks aus diesen Quellen auf die eigene Website setzen
Korrekte Infos in KI-Suchen	<p>30</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Einheitliche Namensnennung in Suchmaschinen und auf Plattformen! Vollständige Informationen bei Abfragen in generativen KI-Systemen (ChatGPT, Perplexity, Google SGE, Bing Copilot)! Aktualität der Daten in diesen Quellen	<ul style="list-style-type: none">▶ Einheitliche Praxisdaten in allen Online-Profilen pflegen (Google, Bing, Fachportale)▶ Bei fehlerhaften KI-Ausgaben gezielt Quellseiten anpassen oder ergänzen▶ Wikipedia- oder Wikidata-Eintrag anlegen/aktualisieren, falls für KI-Relevanz sinnvoll

Empfehlungen, To-Dos, Aufwände

Empfehlung	Risiko	How-to	Aufwand bei interner Lösung	Kosten bei externer Beauftragung	Punkte
 Google My Business vollständig aktualisieren	Unvollständige GMB-Profile verringern lokale Sichtbarkeit	Öffnungszeiten, Leistungen, Fotos ergänzen, Beiträge posten	4 Stunden	€ 600	+7
 Strukturierte Praxisdaten ergänzen	Fehlende maschinenlesbare Daten reduzieren SEO- & KI-Relevanz	JSON-LD „MedicalOrganization“ einfügen & validieren	5 Stunden	€ 750	+7
 Lokale SEO optimieren	Schlechte Platzierung bei Standort-Suchen	Standort-Keywords einbauen, interne Verlinkung optimieren	6 Stunden	€ 900	+3
 DSGVO-konforme Einbindung von Analyse- & Termin-Tools	Fehlende oder fehlerhafte Einbindung kann zu Abmahnungen führen	Consent-Management-Tool mit granularer Auswahl implementieren, IP-Anonymisierung aktivieren, externe Tools nur nach Einwilligung laden	6 Stunden, € 200	€ 1.250,-	+6
 SameAs-Links & Quellverweise für KI-Systeme optimieren	KI-Modelle verknüpfen inkonsistente Praxisinfos oder erkennen Marke nicht	In strukturierten Daten (sameAs) alle offiziellen Profile (Website, GMB, Social Media, Fachportale, Wikidata) hinterlegen	5 Stunden	€ 750	+4

Alt-Text (Alternativtext): Beschreibender Text für Bilder, der in HTML im alt-Attribut steht. Er ist wichtig für Barrierefreiheit, SEO und Screenreader, damit auch Menschen mit Sehbeeinträchtigungen den Bildinhalt erfassen können.

ARIA-Rolle: HTML-Attribut, das die Funktion eines Elements für Screenreader definiert (z. B. role="navigation" für Navigationsbereiche). Unterstützt die Barrierefreiheit.

Barrierefreiheit (Accessibility): Gestaltung von Websites und digitalen Inhalten so, dass sie für alle Menschen, auch mit Einschränkungen, nutzbar sind. Umfasst u. a. kontrastreiche Darstellung, Tastaturnavigation und Screenreader-Kompatibilität.

Consent-Management-Tool (CMP): Software, die Besucher:innen einer Website ermöglicht, der Verwendung von Cookies und externen Diensten (z. B. Google Analytics) DSGVO-konform zuzustimmen oder diese abzulehnen.

Core Web Vitals: Kennzahlen von Google zur Messung der Nutzerfreundlichkeit einer Website, darunter Ladezeit, Interaktivität und visuelle Stabilität.

DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung): EU-Verordnung, die den Umgang mit personenbezogenen Daten regelt. Für Arztpraxen besonders relevant, da Gesundheitsdaten als besonders schützenswert gelten.

FAQPage-Markup: Strukturierte Daten im JSON-LD-Format, die häufig gestellte Fragen (FAQs) auszeichnen, damit Suchmaschinen diese direkt in Suchergebnissen anzeigen können.

Fachportale: Spezialisierte Websites oder Plattformen, auf denen Ärzt:innen gelistet werden können, z. B. Doctolib oder Jameda.

Google Business Profile (ehemals Google My Business): Kostenloses Unternehmensprofil bei Google, das in der lokalen Suche und bei Google Maps erscheint und wichtige Praxisinfos wie Öffnungszeiten, Fotos und Bewertungen zeigt.

HowTo-Markup: Strukturierte Daten, die Schritt-für-Schritt-Anleitungen maschinenlesbar machen, damit sie in Suchergebnissen oder KI-Antworten angezeigt werden können.

JSON-LD: Datenformat, um strukturierte Informationen in Webseiten einzubinden, damit Suchmaschinen und KI-Systeme Inhalte korrekt verstehen.

KI-Auffindbarkeit: Sichtbarkeit und korrekte Darstellung einer Praxis in KI-gestützten Suchsystemen wie Google SGE oder Chatbots.

Local SEO: Suchmaschinenoptimierung mit Fokus auf lokale Suchanfragen, z. B. „Hausarzt Wien“.

Ladezeit (Page Speed): Zeit, die eine Website benötigt, um vollständig geladen und angezeigt zu werden.

Rich Snippets: Erweiterte Suchergebnisse, die zusätzliche Informationen wie Bewertungen, FAQs oder Termine anzeigen.

SameAs-Links: Teil der strukturierten Daten, der Suchmaschinen und KI mitteilt, welche externen Profile zur gleichen Organisation gehören (z. B. Social Media, Wikidata).

Schema.org: Standardisierte Vokabularsammlung für strukturierte Daten im Web, damit Inhalte maschinenlesbar werden.

Screenreader: Software, die blinden oder sehbehinderten Nutzer:innen den Bildschirminhalt vorliest.

Social Media Engagement: Interaktion der Nutzer:innen mit Social-Media-Inhalten, z. B. Likes, Kommentare oder geteilte Beiträge.

Strukturierte Daten: Zusatzinformationen im Quellcode einer Website, die Inhalte für Maschinen (Suchmaschinen, KI) verständlich machen.

Tabindex: HTML-Attribut, das die Reihenfolge festlegt, in der Elemente per Tabulator-Taste fokussiert werden können.

TTFB (Time to First Byte): Zeit zwischen einer Anfrage an den Server und dem ersten empfangenen Byte – ein wichtiger Indikator für die Servergeschwindigkeit.

Wikidata: Freie, strukturierte Wissensdatenbank, die häufig als Datenquelle für Suchmaschinen und KI genutzt wird.