



Rezensionen

Wir stellen Ihnen interessante Neuerscheinungen aus dem breiten Spektrum der Radiologie und angrenzender Fachgebiete vor. Rezensiert werden sie von Kolleginnen und Kollegen. Unregelmäßig informieren wir die Mitglieder per Mail und auf der Homepage über vorliegende Rezensionsexemplare.

Wenn Sie darüber hinaus ein Buch kennen, welches Sie rezensieren würden, freue ich mich über Ihren Hinweis. Gern werde ich es Ihnen zur Rezension besorgen.

Wir freuen uns auf Ihre Anfragen.

Sabine Lingelbach

Online-Marketing für die erfolgreiche Arztpraxis: Website, SEO, Social Media, Werberecht



Alexandra Schramm
Springer; Auflage 2012, Deutsch,
ISBN-10 3642251467, Preis 39,95€

Das 180Seiten starke Buch richtet sich primär an niedergelassene Ärzte, klinisch tätige Kollegen können jedoch auch von den Inhalten dieses sehr guten Werkes profitieren.

In den ersten zwei Kapiteln werden die Grundzüge des Marketings (Entwicklung von Konzepten und Strategien, Steuerung

und Controlling) und die möglichen Online-Medien „arztverständlich“ erklärt, auch auf die unterschiedlichen Elemente des Corporate Identity wird ausreichend eingegangen.

Umfassend widmet sich das Buch der inhaltlichen und formalen Gestaltung einer Praxiswebsite und der Suchmaschinenoptimierung, die als unerlässliche Grundlagen des Online-Marketings eingestuft werden. Die für das Marketing von Ärzten noch neuen Social-Medien (Online-Netzwerke wie u.a. Facebook, Xing bzw. Twitter und Blogs) sind gut erklärt und ihr Stellenwert für den Arzt hinreichend dargestellt. Die wichtigen Aspekte „Rechtsvorschriften“ und „IT-Sicherheit“ runden das Buch formell ab.

Die Qualität und Gestaltung des Buches ist Springer-typisch, dass in meinem Buch mehrere Seiten einen Fehldruck aufwiesen, werte ich als Einzelfall.

Arzt und Marketing mag noch für eine große Zahl von Kollegen ein Widerspruch sein. Dieses Buch schenkt dem Leser aber auf vielen Seiten kleine Aha-Gedanken, deren Umsetzung in der Praxis häufig leicht und mit wenig Aufwand möglich ist. Dies gilt besonders für die Kapitel „Website“ und „Suchmaschinenoptimierung“.

Da das Buch die Sichtweisen der Patienten berücksichtigt, kann jeder Arzt

grundlegende Marketingfehler erkennen und in Zukunft vermeiden. Auch aus diesem Grund halte ich es für ein sehr empfehlenswertes Buch.



Dr. Carsten Figge
Paderborn