

SITE-SEEING

Unsere Rubrik Site-Seeing führt Sie zu ausgewählten Zielen in den Weiten des World Wide Web. Wir sichten für Sie als Apotheker interessante Internetseiten zu bestimmten Themenkreisen und stellen kurz das jeweilige Angebot vor: Welche Inhalte stehen bereit? Wird ein Newsletter verschickt? Gibt es Besonderheiten wie eine Link-Sammlung, einen Shop oder ein Internetforum? Neben einer Beschreibung mit den Highlights finden Sie am Ende einen Wertungskasten. Er fasst den Gesamteindruck der Site zusammen:

- „**Inhalt**“ steht dabei für Umfang und Qualität der angebotenen Informationen und Dienste.
- „**Gestaltung**“ bewertet das Design und die Farbwelt der Website. Dabei wird z. B. die Bildauswahl sowie die Qualität der gezeigten Abbildungen unter die Lupe genommen.
- Bei „**Funktionalität**“ dreht sich alles um die Benutzerfreundlichkeit einer Internet-Seite: Wie ist die Menüführung? Treten besonders lange Ladezeiten auf? Wie wird die Website von verschiedenen Browsern dargestellt? In wieweit sind die Kriterien der Barrierefreiheit berücksichtigt?

Viel Spaß beim Nachsurfen wünscht Ihre apo-online-Redaktion. Falls Sie Ihre eigene Homepage in der Rubrik Site-Seeing bewerten lassen möchten, schicken Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „Site-Seeing apo-online“ und Angabe der entsprechenden Internetadresse an Nicola Birner, E-Mail: birner@urban-vogel.de.

APOTHEKEN



www.mwp-apo.de

Max-Weber-Platz-Apotheke

- **Zielgruppe:** Kunden
- **Inhalt:** Knapp und klar stellt die Apotheke ihre Angebote vor. Begrüßt wird der Kunde mit einem freundlichen Einleitungstext. Eine eigene Rubrik ist dem Thema Kundenkarte gewidmet: Die Rabatte und Extras überzeugen und tragen zur Kundenbindung bei. Leider fällt die Teamvorstellung etwas knapp aus. Alle weiteren wichtigen Angaben wie Anfahrt, Notdienst und ein Onlinebestellformular sind vorhanden. So hinterlässt der Webauftritt einen runden Eindruck.
- **Gestaltung:** Das Apothekerpaar Pohl hat sich für die warmen Töne Rostrot und Gelb entschieden. Das passt gut zur Apotheke, die mit dem „Charme der Traditionsapotheke“ wirbt. Auch in den Fotoausschnitten von Goldwaage, Mörser und Kräutern klingt die Pharmaziegeschichte an. Das Layout ist klassisch elegant und erinnert an edles Briefpapier. Passend dazu ist das Logo in Frakturschrift.
- **Highlight:** Die Apotheke berät bei der Erstellung einer Reiseapotheke und eines individuellen Impfplans.
- **Fazit:** Ein prägnanter und schöner Auftritt.

INHALT

GESTALTUNG

FUNKTIONALITÄT



www.engelapothekebuxtehude.de

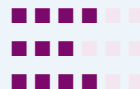
Engel-Apotheke

- **Zielgruppe:** Kunden
- **Inhalt:** Die Engel-Apotheke hat sich – wie manche andere Apotheke auch – vom Gesundheitsportalbetreiber Vitamet einen Webauftritt erstellen lassen. Das bringt monatliche Kosten mit sich, sorgt aber für einen Profiauftritt mit ständig aktualisierten Inhalten. Leider beschäftigt sich nur ein kleiner Teil der Inhalte mit der Apotheke selbst – und dort zeigt sich auch die Schwachstelle des Modells. Die Apothekenbetreiber haben sich nicht wirklich mit ihrer virtuellen Präsenz auseinandergesetzt. Das Profil könnte noch ausgebaut werden, die Texte sind teilweise nicht mehr ganz aktuell, die Fotos etwas wenig aussagekräftig.
- **Gestaltung:** Außer der Startseite, auf der das Logo prangt, ist der weitere Auftritt dem Vitamet-Modell angepasst – einer Kastenstruktur in Blau-Weiß. Das nimmt der Apotheke den eigenen Charakter. Hinzu kommt, dass es – vermutlich wegen des inhaltsüberladenen Systems – zu längeren Ladezeiten kommen kann.
- **Highlight:** Durch die von Vitamet eingespeisten Texte bietet der Webauftritt tagesaktuelle Meldungen.
- **Fazit:** Viel Potenzial wenig genutzt.

INHALT

GESTALTUNG

FUNKTIONALITÄT





www.asa-d.de

Albert-Schweitzer-Apotheke

- **Zielgruppe:** Kunden
- **Inhalt:** Die Albert-Schweitzer-Apotheke ist spezialisiert auf die Bereiche HIV/AIDS, Onkologie und Schwerstkrankenversorgung. Auf ihren Seiten stellt sie ihre Serviceleistungen von Lieferservice (ab 12 € gratis) bis Impfberatung vor und bietet kompakte Infos zu ihren Schwerpunkten. Im Gesundheitsforum erfahren die Leser Wichtiges zu häufigen Erkrankungen wie Kopfläusen und Erkältung. Etwas versteckt unter dem letzten Menüpunkt wird das Apothekenteam vorgestellt.
- **Gestaltung:** Klarheit und Struktur strahlen Layout und Logo der Apotheke aus. Das Logo – ein kleines a, eingerahmt von einem größeren Kreis – suggeriert: Wir haben alles im Blick. Dieses schöne Element findet sich auch auf der Eingangstür der Apotheke wieder. Das Layout ist klassisch mit blauem Kopf und einer linksseitigen Menüleiste in Grau. Die Texte stehen vor weißem Hintergrund.
- **Highlight:** Die Mitarbeiter engagieren sich für soziale Projekte, etwa in der AIDS-Hilfe Düsseldorf.
- **Fazit:** Seriös, engagiert, zuverlässig – für Kunden mit hohem Anspruch.

INHALT



GESTALTUNG



FUNKTIONALITÄT



www.roemhild-apotheke.de

Römhild-Apotheke

- **Zielgruppe:** Kunden
- **Inhalt:** Vielfalt sorgt für Demokratie – das gilt auch in der Medizininformation. Hier schreibt erfreulicherweise der „Hausherr“ selbst. So erfährt man jeden Monat Neues aus der Pharmazie – etwa über Mikronährstoffe, Herzinfarkt und geschwollene Füße (leider wiederholen sich die Texte auch schon mal). Die „Hausherrin“ veranstaltet Seminare z.B. zum Thema „Leichter Leben in Deutschland“. So füllt sich das Bild eines engagierten Apothekenteams (ein Mann, 21 Frauen), das sich u. a. auf orthomolekulare Medizin, Ernährungsberatung und Diabetes spezialisiert hat. Die Pflichtrubriken Kundenkarte, Bestellservice und Notdienste sind vorhanden, die Teamvorstellung fehlt.
- **Gestaltung:** Es lebe Schlichtheit und Schönheit – oder das Wabi-Sabi, wie die Japaner es nennen. Ohne Firlefanz sprechen hier schöne Fotos. Das sind zwar nur eine Handvoll, die im Kopfteil hin und her wechseln, dafür vermitteln sie Eleganz und Seriosität. Ein zart umrundetes Weiß dient als Textfeld.
- **Highlight:** Kosmetikbehandlungen in der Apotheke.
- **Fazit:** Modern und selbstbewusst.

INHALT



GESTALTUNG



FUNKTIONALITÄT



www.engelapo-regensburg.de

Engel-Apotheke

- **Zielgruppe:** Kunden
- **Inhalt:** Die Bilder und das Design ist so gelungen, dass man eigentlich gar nicht auf den Text schauen mag. Doch die Inhalte bestätigen den äußeren Eindruck: Mit Liebe zum Detail und überzeugend kundenorientiert präsentiert die Apotheke ihre Leistungen, darunter viel Service rund ums Baby sowie Angebote zur Naturheilkunde, Hautberatung und Blutzuckermessung. Ein dichter Veranstaltungskalender zeigt, dass die Apotheke ihre Beratungsfunktion ernst nimmt.
- **Gestaltung:** Die Engel-Apotheke ist „die erste zertifizierte babyfreundliche Apotheke der Oberpfalz“. Logisch, dass die süßen Kleinen auch das Bild bestimmen. Schöne, modern überbelichtete Fotos schaffen eine warme Atmosphäre, die durch die Farbgebung in Pastell noch verstärkt wird. Akzente wie der aufgehellte Halbkreis über den Fotos, rosafarbene Icons und der zarte Rahmen um die Dekobilder zeigen die Hand des Profis.
- **Highlight:** Sonderaktionen zum 750. Geburtstag der Apotheke.
- **Fazit:** So schön, so persönlich – trotz Baukastensystem (und monatlichem Pauschalpreis). Volle Punktzahl.

INHALT



GESTALTUNG



FUNKTIONALITÄT



fah | 3

APOTHEKEN