

Ein Alleinstellungsmerkmal kann dabei helfen, die Expansion Ihrer Praxis zu einem Erfolg zu machen.

© Studio\_East / stock.adobe.com

Praxisberater geben Tipps

## Praxisexpansion: Das ist zu beachten

Immer mehr medizinische Berufsausübungsgemeinschaften, Versorgungszentren und andere Kooperationen schießen aus dem Boden. Doch worauf kommt es bei der Praxisexpansion an?

**E**s gibt verschiedene Gründe, warum Arztpraxen expandieren: Manchmal erwächst aus dem Zusammenschluss von zwei Ärzten mehr, weil der Patientenzulauf so stark ist, manchmal findet ein abgabewilliger Arzt keinen Nachfolger und stellt zur Entlastung Ärzte ein oder bietet seine Praxis zur Fusion an. Ganz ohne Umsatzwachstum geht das jedoch nicht, weil auch Kosten wie Gehalt und Miete steigen – sonst sinkt automatisch der Gewinn.

Am Tag der Privatmedizin beschäftigten sich gleich mehrere Workshops und auch das Plenum mit dem Thema Praxisexpansion. Dabei waren sich die Referenten einig: „Sie müssen wissen, wo Sie stehen und wohin Sie wollen“, so Dominik Hanisch von der Deutschen Apotheker- und Ärztekammer (apoBank). Praxisberater Carsten Schlüter von der M:Consult GmbH ergänzte: „Sie brauchen eine gesunde Basis. Es geht nur bei gut laufender Praxis.“ Eine Flucht in die Expansion sei schwer erfolgreich zu gestalten.

### Gibt es ein Alleinstellungsmerkmal?

Expandieren am angestammten Standort kann eine Praxis beispielsweise durch Erweiterung der Öffnungszeiten, Anmietung größerer Flächen, Anstellung zusätzlicher Ärzte und Assistenzpersonals oder auch durch das Angebot zusätzlicher Leistungen. Dafür müsse der Praxisinhaber sich aber zunächst klarmachen, ob es ein Alleinstellungsmerkmal für die Praxis gibt und woran die Patienten dieses erkennen, erläuterte Hanisch.

Dann müsse der Praxisinhaber definieren, welche Leistungen er in Zukunft anbieten will, welche zusätzlichen Patienten er erreichen will und mit welchen Investitionen in technische Ausstattung und in das Praxisambiente das verbunden ist, so Hanisch. Daraus müsse dann ein innovatives Praxismarketing-Konzept entstehen, das hilft, die Praxis erst einmal bei den gesuchten Patienten bekannt zu machen. Dazu könne durchaus auch das Empfehlungsmarketing für die Website und Bewertungsportale gehören, Google-Ranking, das Setzen der richtigen Schlagworte und regelmäßige inhaltliche Updates. Hanisch betonte: „Ein YouTube-Video reicht da sicher nicht. Wenn, dann muss regelmäßig etwas passieren.“

### Delegieren fällt Ärzten oft schwer

Auch die Expansion an weitere Standorte könne in Betracht gezogen werden, erläuterte Schlüter, etwa über

Zweigpraxen bis hin zu Praxisketten. Je größer das Unternehmen Arztpraxis aber werde, desto mehr werde auch der Arzt vom Selbstständigen zum Unternehmer. „Praktisch heißt das, Sie behandeln nicht mehr so viele Patienten. Je mehr Umsatzanteil Sie selbst noch machen, desto schlechter sind Sie als Unternehmer.“

Gerade dieses Delegieren falle vielen Ärzten naturgemäß schwer. Teilweise können in größeren Einheiten Praxismanager helfen, den Praxischefs für ihre ärztliche Tätigkeit den Rücken freizuhalten.

### Gutes Personal als Faktor

Häufig übersehen, aber in Zeiten des Fachkräftemangels nicht gering zu schätzen: „Gutes Personal ist der Faktor für die Zukunft“, so Hanisch. Es sei in doppeltem Sinne gut, wenn die Mitarbeiter zufrieden sind: Sie sprächen in der Region für die Praxis und sie schüfen eine Wohlfühlatmosphäre in der Praxis, die auch auf Patienten ausstrahlt.

Dafür müssten Praxisinhaber bei der Neugestaltung aber etwas mehr tun als früher, etwa eigene Umkleieräume anbieten und Möglichkeiten, persönliche Dinge zu lagern. Nach den heißen Sommern zuletzt sei für manche sogar die Klimatisierung zu einem Entscheidungskriterium geworden, berichtete Hanisch.

Sinnvoll sei es auch, zu berücksichtigen, dass viele Frauen in Teilzeit tätig und häufig in der ungünstigeren Steuerklasse fünf seien. Wer da Pakete schnüre, bei denen 200 € brutto auch 200 € netto bedeuten, etwa durch Sonderzahlungen zu Jubiläen, Tankgutscheine, Kindergartenzuschüsse oder auch durch eine betriebliche Altersvorsorge, könnte die Mitarbeiter dauerhafter an die Praxis binden oder auch schneller neues Personal gewinnen.

Hauke Gerlof

### Ratgeber zur digitalen Praxis

apoHealth ist das Kompetenzzentrum für Digital Health der apoBank.

Highlight des Angebots ist der Leitfaden „Digitalisierung in der Praxis“ mit praktische Hilfestellungen zur papierlosen Praxisverwaltung, zur Online-Terminbuchung und zur digitalen Kommunikation mit Kollegen und Patienten.

Er wird kostenlos unter <https://apohealth.apobank.de/die-digitale-praxis.html> zum Download angeboten.