

# Erste Schritte zum guten Praxismarketing

*Effekte nach außen und innen*

Ihre Fragen zur Abrechnung und zur wirtschaftlichen Praxisführung beantwortet unser Experte Helmut Walbert, Würzburg.



Telefon:  
0 93 1 / 2 99 85 94

Jeden Dienstag,  
13 bis 15 Uhr

E-Mail:  
w@lbert.info

**Dr. R. I., Hausarzt-Internist, Westfalen-Lippe: Wie können wir mit unserer gut laufenden Praxis ins professionelle Praxismarketing einsteigen?**

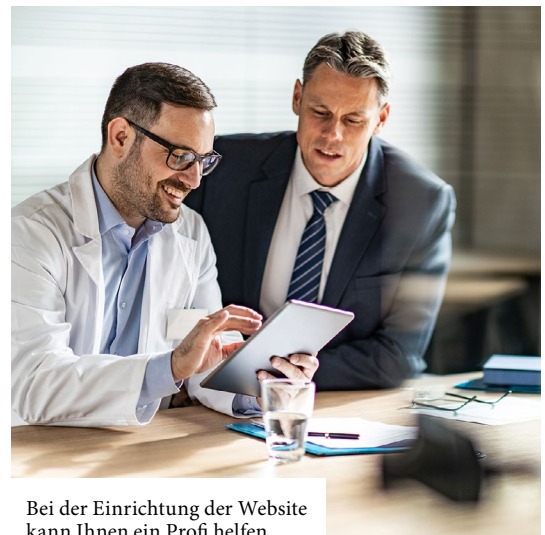
**MMW-Experte Walbert:** Standard ist das Alltägliche – Sie wollen eine Solitärstellung. Da sollte alles stimmen! Um dies zu erreichen, muss alles fortlaufend auf den Prüfstand und ggf. optimiert werden. Das bedeutet auch Mut zu „Trial and Error“, der vom ganzen Team getragen wird.

Der Internetauftritt ist heutzutage ein entscheidendes Kriterium für die spontane Akzeptanz einer Praxis („Liebe auf den ersten Blick“). Ein anwenderfreundliches Tool zur Terminvergabe sollte integriert sein. Dadurch wird nicht nur das Praxistelefon entlastet, Interessierte können auch außerhalb der Sprechzeiten ihre Anliegen vorbringen.

Maßnahmen wie der Internetauftritt, Corporate Branding oder freundliche Fotos lachender Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind nicht nur Außenwerbung – sie sind auch „Marketing nach innen“, weil Mitarbeiter sich stärker mit der Praxis verbunden fühlen. Eine moderne, positive Bildsprache spricht nicht nur Patienten, sondern auch das Team an. Das kann man fast beliebig ausbauen, etwa mit attraktiven Namensschildern mit Kennzeichnung der Position (MFA, Sekretärin, Azubi etc.) oder persönlichen Visitenkarten.

Für das Ärzteteam ist es auch wichtig, persönliche Alleinstellungsmerkmale sowohl online als auch offline darzustellen. Besondere Kenntnisse oder Leis-

tungsangebote sprechen entsprechende Zielgruppen an. Deshalb müssen sich Ärzte fragen: Was macht mir besonders Spaß, wo bin ich am meisten motiviert? Welche Kontakte bringen mich weiter? Spitzenleistungen und besondere Referenzen dürfen – und sollten – dargestellt werden, solange man auf vergleichende Werbung verzichtet. ■



Bei der Einrichtung der Website kann Ihnen ein Profi helfen.

HOTLINE – 0 93 1 / 2 99 85 94



**Helmut Walbert**  
Allgemeinarzt,  
Medizinjournalist  
und Betriebswirt  
Medizin

## Wo kann ich ablesen, wie viel ich mit meiner Praxis verdiene?

**Dr. F.-J. H., Allgemeinarzt, Baden-Württemberg: Ich habe eine gut besuchte Praxis und arbeite im Schnitt 60 Wochenstunden. Bei der Frage, wie viel Geld ich eigentlich „verdiene“, nützen mir die KV-Zahlen und die privatärztlichen Einnahmen allein nicht viel. Wie kann ich da besser rechnen?**

**MMW-Experte Walbert:** Es gibt natürlich viele Perspektiven auf das „tatsächliche“ Einkommen. Am ehesten passt hier aus der Betriebswirtschaft der Begriff der Umsatzrendite bzw. Umsatzrentabilität. Definiert ist diese als das Verhältnis von Gewinn zu Umsatz innerhalb einer Zeitperiode, also z. B. im Jahr oder im Quar-

tal. Der Gewinn ist definiert als Überschuss nach Steuern.

Aber Achtung: Um die Wirtschaftlichkeit Ihrer Praxis beurteilen und auch steuern zu können, ist der Zeitpunkt der Steuererklärung durch den Steuerberater viel zu spät. Wirtschaftliche Praxisführung braucht Quartalsergebnisse! ■