

7 Viktoria Hausegger, Wien

## Praxismarketing

### Welche Aufgaben hat das Marketing in Arztpraxen und Apotheken?

Neben den rein fachlichen Aufgaben ist Praxis- bzw. Apothekenmanagement heute bereits selbstverständlich: Darunter fallen Planung, Organisation, Qualitätsmanagement, Administration und Kontrolle. Doch es gibt noch eine weitere Aufgabe, die wenig professionell wahrgenommen wird:

#### Marketing

Oft gleichgesetzt mit verbotenem, unstandesgemäßem und dem viel zitierten „marktschreierischen Auftreten“ – und daher für viele Ärzte und Apotheker undenkbar.

Lange Zeit waren Aussagen wie „Wer gut ist, braucht keine Werbung“ oder „Werbung ist für Ärzte/Apotheker nicht erlaubt ... und deshalb ist Marketing überflüssig“ häufig vertreten.

Aus meiner Beratungspraxis weiß ich, dass Marketing fälschlicher Weise meist als Synonym für Absatz/Verkauf oder Werbung verstanden wird. Dies wird dem Grundgedanken des Marketings jedoch in keinster Weise gerecht. „Für den Absatz gilt ebenso wie für das Marketing: Neben den ökonomischen Aspekten sind auch

soziologische, psychologische und verhaltenswissenschaftliche Überlegungen von großer Bedeutung. Gerade auf dem Gesundheitsmarkt ist es unbefriedigend, nur die rein ökonomische Seite zu betrachten.“

Es gibt nur wenige betriebswirtschaftliche Fachbegriffe, die so oft so falsch verwendet werden wie der Begriff Marketing. Setzt man sich mit dem Marketing allerdings einmal näher auseinander, wird sofort klar, dass es sich um ein ganzheitliches Konzept handelt – das nur dann Erfolg bringen kann, wenn es täglich gelebt wird – und dass heute aus einem einst „nice to have“ längst Notwendigkeit geworden ist.

Marketing ist viel mehr als Werbung, es ist eine eigene Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaften mit enorm praktischer Bedeutung. Marketingkenntnisse sind in unserer modernen Wirtschaftswelt für jeden interessant, auch für den Betrieb einer Apotheke oder Arztpraxis bilden sie eine existenzielle Voraussetzung: Marketing beeinflusst praktisch alles, was auf der Ertragsseite geschieht und hat nur eine einzige Aufgabe: den Erfolg durch gezielte Patienten- und Kundenorientierung nachhaltig zu sichern.

mehr.wert.

für ärzte und  
apotheker

marketing, das gezielt bewegt

Der US-Ökonom und Pionier der modernen Managementlehre, Peter Drucker, verdeutlichte wie folgt: „Marketing ist so grundlegend, dass man es nicht als separate betriebliche Funktion sehen darf. Marketing umfasst das gesamte Unternehmen, und zwar vom Ergebnis her betrachtet – d. h. vom Standpunkt des Kunden.“

- Marketing bezeichnet jedes unternehmerische Planen und Handeln, das sich am Markt orientiert.
- Um Marketing zu betreiben, brauchen Sie nicht unbedingt wissenschaftliche Methoden zu kennen!
- Vieles geschieht mit Hilfe genauer Beobachtung und indem Sie sich in Ihre zukünftigen Kunden/Patienten hineinversetzen.

Und genau das gilt gleichermaßen auch für das Unternehmen Arztpraxis und das Unternehmen Apotheke! Der Leitgedanke des Marketings lautet: Der Kunde ist König! In Ihrem Fall: Der Patient ist König.

Auch Praxis- und Apothekenmarketing muss sich daher bei allem, was in und rund um Ihre Praxis geschieht, mit zwei zentralen Fragen auseinandersetzen:

- Wo liegt der Nutzen für den Patienten/Kunden?
- Wo liegt der Nutzen für das Unternehmen Arztpraxis/bzw. das Unternehmen Apotheke?

Professionelles Marketing für Ärzte und Apotheker hat also absolut nichts mit „schreierischem Auftreten“ zu tun und ist viel mehr als Werbung und Promotion. Werbung ist nur eines von vielen Marketinginstrumenten, die – je nach Zielsetzung und Strategie – eingesetzt werden.

Kennen Sie die wesentlichen Grundelemente, Werkzeuge und Möglichkeiten des Marketings, erkennen Sie auch sofort, warum Marketing nicht verboten sein kann – ja sogar im Gegenteil – ein unverzichtbarer Bestandteil Ihres Praxismanagements ist. ■

Korrespondenz:  
Viktoria Hausegger, E-mail: office@mehrwertmarketing.at  
Internet: www.mehrwertmarketing.at

### Buchtipps

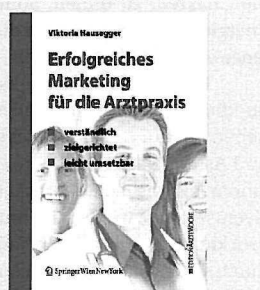
#### Praxismarketing

Hausegger, Viktoria

#### Erfolgreiches Marketing für die Arztpraxis verständlich – zielgerichtet – leicht umsetzbar

Reihe: Edition Ärztwoche

SpringerWienNewYork, 2007  
ca. 160 S., 20 Illus., Softcover  
ISBN: 978-3-211-69774-0  
Erscheinungstermin: Juni 2007  
Ladenpreis 24,95 €



Marketing steigert die Zufriedenheit der Patienten und stärkt die Bindung. Professionell umgesetzt, verbessert es den Praxisalltag und hat rein gar nichts mit „marktschreierischem“ Auftreten zu tun. Prägnant und übersichtlich schildert die Autorin das erforderliche Know-how für ein gelungenes Marketingkonzept. Anhand von Praxis- und Fallbeispielen aus dem Beratungsalltag macht sie verständlich, wie Praxismarketing funktioniert und erläutert die erforderlichen Methoden und Instrumente, um sich im Wettbewerb künftig erfolgreich zu behaupten. Dazu kommen praxisnahe Tipps und übersichtliche Checklisten. Dieses Buch hilft Ärzten, Marketing in den täglichen Ordinationsablauf zu integrieren und es zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Berufes zu machen.