

Unternehmen Arztpraxis: Praxismarketing als Zukunftskonzept

Um in Zeiten wie diesen wirtschaftlich erfolgreich zu sein, muss eine moderne Arztpraxis wie ein Unternehmen geführt werden. Praxismarketing bildet dabei einen wesentlichen Eckpfeiler (Teil 1).

Das Thema Praxismarketing löst bei den Ärzten allerdings unterschiedliche Reaktionen aus.

Vor allem junge Ärzte haben es bereits zu einem unverzichtbaren Teil des Praxismanagements und der Führung des „Unternehmens Arztpraxis“ gemacht, andere stehen dem Thema sehr skeptisch gegenüber, unter dem Motto: Marketing und Medizin, ist das ethisch vertretbar?

Bei einem Seminar der Universität Heidelberg zum Thema „Marketing und Werbung für Ärzte“, kam es von den Teilnehmern unter anderem zu folgenden Aussagen:

- Marketing hat nichts mit Medizin zu tun
- Marketing ist für Ärzte verboten
- Marketing lohnt sich nur für große Praxen oder Kliniken
- Marketing ist gefährlich
- Marketing schadet dem Patienten
- Marketing ist unnötig
- Marketing ist das gleiche wie Werbung

Natürlich ist keine dieser Antworten korrekt, aber wie kommt es zu diesen Meinungen? Die Einstellung zum Thema Marketing hängt sehr oft von eigenen Erfahrungen ab. Zudem gibt es generelle Vorurteile zum Thema Marketing (weil nicht klar ist, was dieser Begriff eigentlich beinhaltet). Diese Vorurteile entstehen aufgrund der (dort notwendigen und berechtigten) verbreiteten, „marktschreierischen“ Methoden im Konsumgüter- und Konzernmarketing. Praxismarketing ist aber Dienstleistungsmarketing. Dabei geht es vorwiegend um Informations- und Aufklärungsarbeit und nicht um das „hard selling“ von Leistungen. Es ist viel mehr als Werbung und Promotion: Es geht darum, den Patienten in den

Mittelpunkt aller praxisrelevanten Handlungen zu stellen. Dieses Handeln steht also ganz im Sinne der Berufsethik. Der Leitgedanke lautet: Der Kunde ist König! In Ihrem Fall: Der Patient ist König. Praxismarketing 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?
- Wo liegt der Nutzen für das Unternehmen Arztpraxis?

Professionelles Marketing für Ärzte hat also absolut nichts mit „marktschreierischem 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).

Praxismarketing umfasst die Praxisphilosophie, Praxispositionierung, Praxisstrategie, Zusatzleistungen/Service, ausreichendes und vor allem verständliches Informationsmaterial, das Betriebsklima, die Räumlichkeiten, den Standort der Praxis, die persönliche, die telefonische und schriftliche Kommunikation mit den Patienten und Mitarbeitern und das Personalmarketing.

Aufgaben des Marketing

Praxismarketing ist keine einmalige Aktion, sondern ein sich ständig wandelnder, sich unentwegt entwickelnder Prozess – der alles beinhaltet, was zur Förderung des Praxiserfolges getan werden kann. Es beeinflusst praktisch alles, was auf der Ertragsseite einer Praxis geschieht und hat nur eine einzige Aufgabe: Den Erfolg durch gezielte Patientenorientierung nachhaltig zu

sichern! Der US-Ökonom und Pionier der modernen Managementlehre, Peter Drucker, verdeutlicht 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.

All das gilt auch für das Unternehmen Arztpraxis – daher ist es auch hier hilfreich, ein Marketingkonzept zu entwickeln. Doch bevor Maßnahmen gesetzt werden, müssen zentrale Fragen abgeklärt werden. Welche, erfahren Sie im 2. Teil der Serie.



VIKTORIA HAUSEGGER
mehr.wert.

für ärzte und apotheker.
marketing, das gezielt bewegt.
Tel.: 0664/460 16 35
office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at