

Praxismarketing

GEHEN SIE in die Offensive!

EIN NIEDERGELASSENER ARZT ist nicht nur Experte auf seinem Gebiet, er ist auch Unternehmer. Die Entwicklung von neuen Kommunikations- und Marketingideen für die Praxis ist daher eine genauso wichtige Aufgabe. Aber sie kommt bei vielen Ärzten noch immer zu kurz. Eine Arztpraxis ist ein Projekt und keine statische Einrichtung – dieser Umstand wird von vielen Ärzten nur allzu oft übersehen. Ein niedergelassener Arzt muss heutzutage auch Ideen entwickeln, mit denen sich das Leistungsvermögen seiner Praxis steigern lässt.

HEMMFAKTOREN

Grundsätzlich ist der Arzt ebenso ideenreich wie andere Unternehmer, es gibt allerdings eine Reihe von Faktoren, die seine Kreativität hemmen und damit eine Verbesserung der Praxisführung behindern. Diese Hemmfaktoren entstammen (auch) objektiven Gegebenheiten. So ist der niedergelassene Arzt tagtäglich in der gleichen Arbeitsumwelt tätig, kommt beruflich wenig herum und ist überdies nur selten Patient anderer Ärzte. Der Arbeitsalltag ist geprägt von Routine: Das hilft, die oft hohe Arbeitsbelastung besser zu bewältigen, führt aber auch zu einer beharrenden Verhaltensweise. Viele, vor allem ältere

Defensives Handeln hemmt

Überspitzt ausgedrückt lässt sich die defensive Einstellung eines Unternehmers auf fünf Sätze zusammenfassen, die für sich genommen nicht falsch sind. In Ihrer Gesamtheit allerdings versperren sie den Weg zum Erfolg.

- Das ist verboten!
- Das geht nicht!
- Das geht aber nicht überall!
- Das geht aber nicht immer!
- Das geht aber nicht bei jedem

Patienten, kommen dem Arzt oftmals devot entgegen und äußern weniger häufig Kritik, als dies Kunden von anderen Unternehmern tun. Außerdem ist der niedergelassene Arzt – aber nur anscheinend! – einem geringeren Wettbewerbsdruck ausgesetzt als viele andere Betriebe. Doch Kritik und Wettbewerb fördern die Kreativität!

HOHES STANDESBEWUSSTSEIN

Einige Hemmfaktoren sind sie aber die Folge einer unzureichenden Einstellung: Der Blick der meisten Ärzte ist vor allem auf die Verbesserung der fachlichen Leistung gelegt. Dass dies an sich richtig ist, bedarf keines Hinweises. Nur erfolgt zu wenig Beschäftigung mit den anderen Gebieten der Praxis – Strategie, Kommunikation, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit –, die ebenfalls unbedingt Ideen benötigen. Zu viele Ärzte haben in Bezug auf ihre Praxis eine defensive Einstellung: Sie fürchten, dass jede Änderung in der Praxisführung einen größeren Kraftaufwand erzwingt und Probleme nach sich zieht. Außerdem herrscht gerade in der Ärzteschaft ein besonders hohes Standesbewusstsein, manchmal leider auch ein gewisser Standesdünkel: Alles was nur irgendwie nach Werbung oder Marketing klingt, wird mit äußerster Skepsis oder gar Widerwillen betrachtet.

DEFENSIVES HANDELN

Eine defensive Einstellung führt konsequenterweise zu defensivem Handeln, was sich für ein Unternehmen wie eine Arztpraxis langfristig negativ auswirkt – vor allem, weil es



© ISO K - photography - Fotolia.com

der Kreativität im Wege steht. Der defensiv Handelnde sieht Schwierigkeiten in jeder Gelegenheit, ändert seine Routine nur unter Zwang und reagiert daher verspätet auf neue Entwicklungen (siehe Kasten). Da für ihn der Begriff „Veränderung“ negativ besetzt ist, gibt er auch potentiell guten Ideen von vornherein kaum eine Chance.

OFFENSIVES HANDELN

Ein niedergelassener Arzt sollte sich stets bewusst sein, dass er Unternehmer ist. Die fachliche Leistung steht im Mittelpunkt, aber sie allein reicht nicht aus. Ein Dilettant bringt schlechte fachliche Leistung, ein Spezialist konzentriert sich nur auf die fachliche Leistung, ein Profi hingegen auf die fachliche Leistung, das Formale und das Umfeld. Und nur ein Profi kann in der heutigen Zeit auch eine erfolgreiche Arztpraxis betreiben. Daher der Tipp: Geben Sie neuen Ideen eine Chance und lehnen Sie nicht alles, was auf dem ersten Blick undurchführbar scheint, rundweg ab. Riskieren Sie einen zweiten Blick!

VIKTORIA HAUSEGGER
mehr.wert.

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

