

Selbständigkeit für Praxen als
Einzelfirma, Praxisgemeinschaft oder
Gemeinschaftspraxis

Existenzgründung Für Praxisgründer

Michael Kothe

Inhalt

Vorwort.....	2
1. Unternehmertypen	2
1.1. Sind Sie der richtige Typ, um ein Praxisunternehmen zu leiten?	2
1.2. Arten von Unternehmertypen	2
1.3. Bereiten Sie sich auf folgendes vor:	3
1.4. Checkliste Gründertyp	3
2. Potentialanalyse.....	5
2.1. Lage der Praxis	6
2.2. Marketing/Werbung	7
2.3. Praxisausstattung	7
2.4. Finanzierung:	8
2.5. Preisfindung.....	8

Vorwort

Nach dem Sie sich für die Ausbildung zum Heilpraktiker entschieden haben, war Ihnen wahrscheinlich noch nicht klar, dass Sie sich damit irgendwann selbständig machen werden.

In Deutschland sind ca. 90% der Heilpraktiker selbständig. Der Grund ist sicher in seiner Arbeit zu suchen. Als Heilpraktiker stellen Sie eine Diagnose und einen Therapieplan. Dieses ist in der Tat eine Kunst und unterliegt den persönlichen Erfahrungen. Diese sind individuell. Man muss also Entscheidungen treffen. Entscheidungen zu treffen ist eine wesentliche Eigenschaft, die man als Selbständiger mitbringen muss.

1. Unternehmertypen

1.1. Sind Sie der richtige Typ, um ein Praxisunternehmen zu leiten?

Ein guter Therapeut zu sein, bedeutet nicht automatisch ein guter Unternehmer zu sein. Zum Thema Existenzgründung haben Sie in Ihrer Ausbildung nichts an Wissen vermittelt bekommen. Wir möchten Ihnen hier eine Möglichkeit geben eine sichere Existenz aufzubauen.

Zunächst sollten Sie sich aber noch einmal die verschiedenen Typen eines Unternehmers anschauen, denn so einer wären Sie dann:

1.2. Arten von Unternehmertypen

Der ideale Selbstständige verfügt über folgende Fähigkeiten:

- Flexibilität
- Fachwissen
- Fleiß
- Gesundheit
- Organisationsgeschick
- Zielstrebigkeit
- Durchsetzungsvermögen
- Selbstbewusstsein
- Führungskompetenz
- Ausdauer
- Freude an Übernahme von Verantwortung
- Kreativität
- Beharrlichkeit
- Mut zum Risiko

1.3. Bereiten Sie sich auf folgendes vor:

- auf ein schwankendes Einkommen. Es gibt Zeiten, in denen haben Sie wenig oder kein Einkommen und es gibt Zeiten, in denen Sie viel verdienen.
- Auf Forderungsausfälle, weil Patienten nicht zahlungsfähig sind oder erst zahlen, wenn Ihre Kasse bezahlt hat.
- Auf einem hohen Arbeitseinsatz. Zumindest am Anfang werden Sie mehr arbeiten als ein Angestellter.
- Auf einen Verlust an Freizeit. Sie gehen als Inhaber mit den Gedanken um das Wohlergehen Ihrer Praxis, Ihrer Mitarbeiter, Ihrer Patienten nach Hause und haben dort dann auch noch die Büroarbeit vor sich.
- Auf Zunehmende Konkurrenz im Gesundheitswesen
- Auf Rückschläge wegen Fehlentscheidungen. Monatelange Arbeit kann plötzlich zunichte gemacht werden.
- Auf Steuernachberechnungen für die Gründungsjahre. Entwickelt sich Ihr Umsatz positiv, so freut sich auch das Finanzamt und kann mit Nachzahlungen überraschen.
- Auf neue Vorgaben im Gesundheitswesen.
- Auf eine Mehrbelastung des Partner und Ihrer Familie. Dieses geschieht gerade in den Gründungsjahren.

Erfolgreiche Praxisgründungen zeichnen sich dadurch aus, dass die Gründer sich der Vorteile ihres Planes bewusst sind, Nachteile der Selbstständigkeit aber nicht ignorieren. Ein guter Unternehmer folgt seinem Plan mit Leidenschaft aber auch mit der Bereitschaft, Probleme nicht als Bedrohung, sondern als Chance zu betrachten.

1.4. Checkliste Gründertyp

1. Wie reagiert mein privates Umfeld auf meine Pläne?

Steht mein Partner hinter mir?

Steht meine Familie hinter mir?

Wird mich meine Familie im Privatleben entlasten?

2. Selbstmanagement

Kann ich diszipliniert arbeiten und mich trotz Ablenkung auf eine Sache konzentrieren?

Gelingt es mir, auch ohne den druck eines Arbeitgebers zur Arbeit zu motivieren?

Nehme ich unangenehme Dinge möglichst zügig in Angriff?

3. Selbstbewusstsein

Fällt es mir leicht, auf andere Menschen zuzugehen?

Gelingt es mir, meine Interessen durchzusetzen?

Kann ich auch einmal „nein“ sagen?

4. Verantwortung

Bin ich bereit, mehr Verantwortung für mich zu übernehmen?

Bin ich bereit, Verantwortung für meine Mitarbeiter zu übernehmen?

5. Belastbarkeit

Bin ich bereit, erheblich länger zu arbeiten als ein angestellter Therapeut?

Bin ich bereit, Patienten zu übernehmen, wenn einer meiner Angestellten krank wird?

Bin ich bereit, eine lange Durststrecke am Anfang der Gründung durchzustehen?
Bin ich in der Lage, spontane Entscheidungen zu treffen?
Bin ich in der Lage, als Selbstständiger noch ruhig zu schlafen, wenn ich an die möglichen Unsicherheiten meiner unternehmerischer Existenz denke?

6. Motivation

Bin ich selbst von meinem Unternehmensplan überzeugt?
Habe ich Lust darauf, mich selbständig zu machen?
Bin ich bereit, Dinge anzupacken und zu gestalten?
Bin ich es bisher schon gewohnt, mir selber Ziele zu setzen und diese ohne Druck von Vorgesetzten selbstständig zu verfolgen?

7. Kreativität

Bin ich ein kreativer Mensch, der gerne neue Lösungen sucht?
Habe ich Ideen, die ich gerne umsetzen möchte?

2. Potentialanalyse

Oft macht man sich an dem Ort selbständig, an dem man sich wohlfühlt.

Je mehr Heilpraktiker jährlich ausgebildet werden, desto eher erfolgt irgendwann eine Marktsättigung.

Zur Zeit kann man noch nicht sagen, wie viele Einwohner auf einen Heilpraktiker wirtschaftlich noch vertretbar sind, da es keine einheitliche Meldepflicht gibt.

Wird dieses allerdings in wenigen Jahren der Fall sein, macht es Sinn sich einige Gedanken zum Potential vor Ort zu machen.

Generell kann man auch nicht sagen, ob es sinnvoll ist, eine Praxis dort auf zu machen, wo noch kein Heilpraktiker ist. An diesen Orten kennt dem zu folge auch keine potentieller Patient die Osteopathie. Das führt dazu, dass der Heilpraktiker dort vor Ort die Naturheilkunde bekannt machen muss.

An einem Ort, an dem schon einige Heilpraktiker tätig sind, ist die Naturheilkunde schon bekannter. Die Wahrscheinlichkeit dass Sie Patienten einfacher erhalten ist größer, weil durch die Kollegen der Markt schon sensibilisiert ist.

Nach der Wahl des Ortes, in dem Sie sich selbständig machen wollen, gilt es nun das Potenzial Ihres Vorhabens zu ermitteln.

Hierzu müssen einige Fragen geklärt werden:

- Was genau haben Sie vor?!
- Haben Sie die notwendigen Qualifikationen?
- Vorteile und Nachteile der Lage Ihrer Praxis!
- Kennen Sie die Angebote, Preise und Leistungen der Konkurrenz?
- Haben Sie eine Marktnische entdeckt?
- Kennen Sie Ihre Zielgruppe?
- Ist Ihre Leistung zur Zeit vor Ort gefragt?
- Können Sie besser sein als die Konkurrenz?
- Kennen Sie die Stärken und Schwächen der Konkurrenz?
- Welche Vorteile hat der Patient durch Ihre Praxis?
- Wie können Sie Ihre Dienstleistung bekannt machen?
- Kennen Sie Ihren erforderlichen finanziellen Aufwand?
- Wie können Sie diesen finanziellen Aufwand bewältigen?
- Bekommen Sie Unterstützung durch einen Berater?
- Welche Rechtsform hat Ihre Praxis?
- Wissen Sie welche Ressourcen an Zeit, Geld und organisatorischem Know-how notwendig sind?

Nehmen Sie sich die Zeit, genau aufzuschreiben, wie Sie Ihre Praxis sich vorstellen. Das Erscheinungsbild Ihrer Praxis muss mit dem Erscheinungsbild Ihrer Person übereinstimmen. Die Abläufe in der Praxis müssen genau strukturiert werden um Disharmonien mit den Patienten erst gar nicht aufkommen zu lassen.

2.1. Lage der Praxis

Folgende Fragen sollten von Ihnen beantwortet werden:

- Wie viele Einwohner hat der Ort bzw. das Einzugsgebiet, in dem Sie Praxis planen?
- Wie sieht die Einwohnerstruktur (Wie viele junge/alte Menschen gibt es) aus?
- Wie ist die soziale Struktur?
- Ist Ihr Ort ein Einpendler oder Auspendler Ort?
- Gibt es Abwanderungs- oder Zuwanderungstendenzen?
- Wie hoch ist die Kaufkraft der Bevölkerung?
- Wie ist die Verkehrsanbindung?
- Gibt es Parkplätze direkt vor der Praxis?
- Wie viel konkurrierende Praxen gibt es vor Ort?
- Sind so genannte Frequenzbringer in der Nähe (Einkaufszentrum, Schulen, Kindergärten...)?

Alle Daten Ihrer Stadt sollten mit den Daten des Bundeslandes und mit gesamt Deutschland verglichen werden. Die Bewertung aller einzigen Punkte ergibt eine Gesamtnote nach dem System der Schulnoten.

Die Daten zu Ihrer Stadt bekommen Sie meist über das zuständige Landesamt für Statistik.

Die Bewertung der Konkurrenz erfolgt ebenfalls mittels Schulnoten. Es werden hier die Größe der Praxis, Anzahl der Mitarbeiter, Auslastung, Preis, Leistung, Angebot, Schwerpunkt, Vorteile, Nachteile bewertet.

Da gerade diese Bewertung der Konkurrenz für den Existenzgründer problematisch ist, weil er hier nur schlecht objektiv sein kann, sollte diese Bewertung an einen externen Experten vergeben werden, der dann auch gleich die Lage der Praxis mit bewertet.

Der so genannte Berater erstellt hieraus eine Markt- und Konkurrenzanalyse und ermittelt somit das Potenzial für Ihr Vorhaben.

Da dieses Objektiv ist, können Sie diese Potentialanalyse dann auch mit zur Bank nehmen, um über eine mögliche Finanzierung zu verhandeln.

Haben Sie ein Objekt gefunden, welches Ihnen von den Räumen her zusagt, achten Sie auf folgendes:

- ausreichende Deckenhöhe
- ausreichend Tageslicht
- sind reibungslose Abläufe auf Grund der Raumanordnung möglich?
- sind die Räume ausreichend gegen Lärm abgedichtet?
- ein zusätzliches Gäste-WC
- Behindertengerechter Zugang (Aufzug)
- Parkmöglichkeiten
- Kalt- und Warmmietpreis stehen im Verhältnis zur Objektgröße- Lage und Qualität?
- Lassen Sie sich die jüngsten Abrechnungen zeigen
- Kautionshöhe
- Muss noch renoviert werden?
- Wie hoch wären die Renovierungskosten?
- Ist das Objekt für gewerbliche Nutzung ausgeschrieben?
- Kann der Kundenverkehr für die Nachbarn störend sein?
- Ist der Eingang zur Praxis leicht zu finden?
- Sind Schilder, die auf die Praxis hinweisen, erlaubt?

2.2. Marketing/Werbung

Das Heilmittelwerbegesetz erlaubt nicht alles, aber ausreichend.

Zunächst einmal muss die Bevölkerung (vor allem Ihre Zielgruppe) wissen dass es Sie gibt sowie wie, wo und wann Sie anzutreffen sind. Teilen Sie in Ihre Werbung mit, womit man zu Ihnen kommen kann.

Am besten ist zu Beginn ein Tag der offenen Tür, der in den ortsüblichen Zeitungen am Wochenende (größte Leserauflage) und dort wo Ihre Zielgruppe (z. B. Kindergärten, Hebammen, Golfclub, Tennisverein) verkehrt, beworben wird.

Halten Sie gezielte Vorträge auf Veranstaltungen (Aufgeklärte Patienten sind die besten Patienten) und dort wo Ihre Zielgruppen verkehren.

Danach gilt: Mund zu Mundpropaganda ist die beste und günstigste Werbung. Als Osteopathen sollten wir mit Qualitätsarbeit überzeugen!

Für gezielte forcierende Maßnahmen sollte man sich jedoch einen externen Berater besorgen, der sich mit Marketing im Gesundheitswesen auskennt. Hier ist zum Beispiel auch die Nutzung von einem so genannten C. I. (corporate identity - Unternehmeridentität) zu diskutieren und eventuell mit gezielten Marketingaktionen zu verbinden. Das Geld muss hier sinnvoll eingesetzt werden um einen maximalen Nutzen erzielen zu können und nicht, wie leider von den meisten Praxen, blind in irgendwelche Aktionen eingesetzt werden.

Mittlerweile suchen immer mehr Patienten einen Heilpraktiker über das Internet. Daher kann ein guter Internetauftritt eine sehr gute Visitenkarte darstellen. Auch hier gilt: Nicht alles ist erlaubt. Sie sollten hier auf jeden Fall ausreichend Geld mit einplanen und in Ihre Investitionssumme mit ein kalkulieren (siehe Finanzierung)

2.3. Praxisausstattung

In der Naturheilkunde benötigen Sie eigentlich nicht viel. Die Einrichtung Ihrer Praxis richtet sich nach den weiteren Bedürfnissen (Angliederung an Praxis für Physiotherapie, Arztpraxis, klassische Naturheilpraxis, Therapiezentrum, etc.)

Listen Sie alles was Sie benötigen auf und schreiben Sie den geplanten Anschaffungspreis dahinter. Die Summe müssen Sie mit in die Investition einkalkulieren (siehe Finanzierung)

Folgendes sollte auf keinen Fall fehlen:

- Behandlungsbank und Hocker
- Anmeldebereich
- Wartebereich
- Computer mit Dokumentation- und Terminierungssoftware (hat viele Vorteile gegenüber Papier beim Brand und Diebstahl, denn die Computersicherung heben Sie an einem anderen Ort auf. Ihre Patientenkarteeien auf Papier werden wohl kaum als Kopie vorhanden sein.)
- Dekoration für ein angenehmes Ambiente

Eine Praxisausstattung hängt natürlich auch von den örtlichen Gegebenheiten ab. Der organisatorische Ablauf ist hier natürlich auch wichtig.

Hier ist zu klären, ob Sie mit einer Anmeldekraft arbeiten wollen oder lieber kostengünstig über einen Anrufbeantworter.

2.4. Finanzierung:

Die wenigsten haben nach der Ausbildung zum Heilpraktiker ausreichend Kapital um eine Existenz zu gründen.

Wer vermögende Verwandte hat, muss auch denen das Geld irgendwann zurückgeben.

Wenn der Lebenspartner ausreichend verdient, dann kann ebenfalls ohne finanzielle Nöte eine Praxis aufbauen.

Für alle anderen gilt es, sich über die Finanzierung über eine Bank Gedanken zu machen. Hier gibt es zum Teil gute Fördermöglichkeiten, von denen die meisten später vorgestellt werden.

Zunächst muss die zu finanzierende Summe (**Investition**) ermittelt werden:

- Betriebs- und Geschäftsausstattung (Praxiseinrichtung) plus
- Marketing/Werbung plus
- Planungsreserven (planen Sie, so dass Sie nach ungefähr einem Jahr schwarze Zahlen schreiben, dann sind Sie auf der sicheren Seite)

Sie sollten eine Rentabilitätsberechnung und Liquiditätsplanung erstellen um zu ermitteln, ob und nach welcher Zeit sich Ihre Praxis trägt (break-even-point) und ab wann Sie Gewinne erzielen.

Hierzu sollten Sie Ihren Preis kennen.

2.5. Preisfindung

Es gibt drei Arten der **Preisfindung**:

1. *Willkürlich* – Hierbei findet eine Orientierung an die Marktkonkurrenz statt. Dies ist leider die häufigste Art und führt dazu, dass man sich nicht absetzen kann. Bitte bedenken Sie, dass Qualität und Preis in einem Verhältnis zueinander stehen sollten.
2. *Emotional* – „Mehr als 50,- € kann ich von meinen Patienten nicht nehmen, da sie mir sonst weg rennen.“ Wer das behauptet, hat leider gar keine Ahnung und hat es noch nicht probiert. Dieser Typus des Selbständigen ist der „Ängstliche“.
3. *Kaufmännisch* – Fakten sprechen lassen. Dieses ist die objektive und sinnvollste Art einen Preis zu finden. Wie viel haben Sie für Ihr Wissen investiert? Wie hoch sind Ihre Kosten? Schaffen Sie Rücklagen und lassen Sie sich Ihr Risiko bezahlen. So werden alle Preise in der Marktwirtschaft gemacht!

Den Preis, so wie Ihre Zahlungsbedingungen und das Absageverhalten sollte vorher schriftlich fixiert werden.

Mehr Informationen (auch zur Finanzierung) erhalten Sie bei uns.