

## DIE PRAKTISCHE FRAGE

### Wie viel Marketing brauche ich für Selbstzahler-Leistungen?



**Mag. Iris Kraft-Kinz**  
MEDplan 1120 Wien,  
Tel. 01/817 53 50-260,  
[www.medplan.at](http://www.medplan.at),  
Fragen & Anregungen:  
[praxis@aerztetmagazin.at](mailto:praxis@aerztetmagazin.at)

**ICH FÜHRE** viele Gespräche über Selbstzahlerleistungen in Kassenordinationen. Das Thema kommt immer dann auf den Tisch, wenn eine Ordination rentabler werden soll. Dabei muss immer eines klar sein: Wer mehr Leistungen außerhalb des Kassenprogramms erbringen will, muss dies auch unter seinen Patienten deponieren. Ich will damit sagen: Selbstzahlerleistungen benötigen ein Mindestmaß an Marketingbemühungen. Wer seine Ware nicht

loben will, sollte besser vom Gedanken eines Mehrangebotes absehen. Dabei agieren Ärztinnen und Ärzte immer noch eher zurückhaltend, wie es in einer Umfrage der deutschen „Ärzte Zeitung“ und „Die PVS“, einem Zusammenschluss Privatärztlicher Verrechnungsstellen, heißt (Sample: 700 Ärzte). 62 Prozent der Teilnehmer bieten keine besonderen Services für selbst zahlende Patienten an. Jeder Fünfte bietet Leistungen an, die er in eigenen Räumen oder mit speziellen Geräten erbringt. Aber nur jeder Sechste hat besondere Sprechzeiten für Selbstzahler etabliert, Ratenzahlungen bei höheren Rechnungen bieten nur knapp zehn Prozent der befragten Ordis an.

Die Regionalität spielt in der deutschen Umfrage eine große Rolle – und dies wird in Österreich nicht anders sein: So bieten 40 Prozent der Praxen in Großstädten besondere Services an, aber nur 25 Prozent der Praxen in ländlichen Gebieten. Der Wettbewerb ist im urbanen Gebiet höher. Auch zwischen Fachgruppen gibt es Unterschiede: Von den Orthopäden bieten sogar 60 Prozent spezielle Services. Von Allgemeinärzten dagegen hält nur jeder Dritte besondere Services vor.

Online-Aktivitäten der Praxen nehmen zu: Drei von zehn großen Praxen informieren Patienten durch eigene Online-Informationen, bei Einzelpraxen sind es nur 17 Prozent. Wichtig bleibt, dass Praxis und Ordinationsteam für den Patienten eine spezielle Note haben (USP). Dies bedeutet mehr als nur die Affichierung einiger Werbeplakate im Warteraum.