



Die Ordination als Handelsbetrieb

Der Verkauf von Waren ist eine Möglichkeit, den Ordinations-Ertrag zu steigern. Der Ausbau solcher Zusatzleistungen benötigt aber eine klare Strategie. VON JOSEF RUHALTINGER

MEHR ERTRAG BEI gleichem Aufwand – die Idee hat etwas von einem Perpetuum mobile – und das gibt es ja auch nicht. Interessant bleiben aber alle Ideen, die die Wirtschaftskraft einer Ordination ohne große Investitionen deutlich anheben. Eine Erweiterung des Angebots über den rein medizinischen Bereich hinaus gilt dabei stets als Denkooption. Das Angebot von Kosmetika, Diäthilfen oder Kontaktlinsen im Wartezimmer ist zu einer gängigen Praxis geworden. Patienten sind heute für eine umfassende Gesundheitsbetreuung offen. „Eine Ordination, die mehr bietet als die gewohnten Kassenleistungen, erarbeitet sich einen Wettbewerbsvorteil“, ist die Steuerberaterin und Med-Plan-Geschäftsführerin Iris Kraft-Kinz überzeugt.

GESUNDHEIT ALS LEITMOTIV. Beim Ausbau des Leistungsportfolios geht es um spezialisierte Zusatzdienstleistungen, die entweder selbst eine ärztliche Tätigkeit darstellen oder in einem engen Zusammenhang damit stehen. Beispiele dafür sind sportmedizinische Vorsorgeuntersuchungen, reisemedizinische Beratung oder auch kosmetische Chirurgie. Aber auch nichtmedizinisch begründete Angebote wie

Heilmittel, Diäthilfen oder Cremes erweitern sinnvoll die Angebotspalette der Praxis. „Die medizinische Kompetenz des Arztes und die Erwartungshaltung des Patienten nach gesundheitlicher Betreuung ergänzen sich“, ist Kraft-Kinz überzeugt.

NICHT OHNE STRATEGIE. Kraft-Kinz warnt vor überstürztem Aktivismus: „Der Ordinationsinhaber braucht einen klaren Plan und Budgets, damit sich die Maßnahmen auch lohnen. Wer nur ein paar Produkte rund um die Rezeption drapiert, wird eher Geld verlieren als etwas verdienen.“

Anfangs muss geklärt werden, ob es in der Patientenschaft eine Zielgruppe gibt, die ein Handelsangebot rechtfertigt. Diese Überlegung hängt eng mit der Spezialisierung der Ordination zusammen. Während der Vertrieb von Hautpflegemitteln in einer dermatologischen Praxis für den Patienten nicht erklärt werden muss, sollte sich ein Internist oder Allgemeinmediziner schon in Ernährungs- oder Diabetes-Fragen positioniert haben, wenn er diätetische Produkte im Vorzimmer anbietet.

Bei der Wahl des Angebots ist natürlich auf das Minnenfeld des Gewerberechtes zu achten: Ein Augenarzt darf Kontaktlinsen verkaufen, aber keine Brillen. Und der Sportmediziner muss auf alle Angebote verzichten, die unter die Domäne des gebundenen Gewerbes der Bandagisten fallen.

AUFGABE DER MITARBEITER. Wesentlich ist die Aufteilung der Zuständigkeit: Die Abwicklung und der direkte Verkauf der Zusatzleistungen muss durch Mitarbeiter erfolgen, nur in der Empfehlungsphase ist der medizinische Kopf der Ordination involviert. Kraft-Kinz: „Das Zeitbudget der Ärztin oder des Arztes darf durch den Handel nicht weiter verknappert werden.“ Der Arzt kann bei einer Therapie die unterstützende Wirkung der einen oder anderen Ware erwähnen, verkaufen und kassieren müssen aber Mitarbeiter. Bei der Kalkulation ist der zeitliche und pekuniäre Mehraufwand der Mitarbeiter zu berücksichtigen. Außerdem sind einschlägige Fortbildungsveranstaltungen ins Auge zu fassen, die von den Teammitgliedern besucht werden müssen. Die Präsentation der Ware muss aus standesrechtlichen Gründen ausschließlich außerhalb des Arztzimmers erfolgen. Vitrinen und Glaskästen machen das Angebot mit Preisen im Vorraum und Wartezimmer transparent, verkauft wird aber aus Diskretionsgründen an der Rezeption.

MARKETING UND WERBUNG. Für den Handel mit Gesundheitsprodukten in der Ordination gibt es zwei Voraussetzungen: Die Produkte müssen zum medizinischen Leistungsprofil der Praxis passen und der

Produkte für die Ordination

Diese Produkte dürfen mit einem einfachen Gewerbeschein (freies Gewerbe) in jeder Ordination angeboten werden: Bücher, Textilien (Kleidung, Bettwäsche), Heilbehelfe, Nahrungsergänzungsmittel, Heilmittel (Tees, ätherische Öle), Zahnbürsten, Pasten und Ähnliches, kosmetische Produkte, medizinische Produkte. Schwieriger bis unmöglich wird es mit Gütern, die einem gebundenen Gewerbe mit speziellen Voraussetzungen vorbehalten bleiben: Drogerie, Apotheke/Hausapotheke, Optiker (Brillen; Kontaktlinsen sind erlaubt), Bandagist, Hörgerätetechnik. Nicht ganz geklärt ist die Abgabe von homöopathischen Produkten (Apothekenvorbehalt)

Arzt muss von seinem Angebot überzeugt sein. Denn Patienten sind für Zusatzleistungen nur dann mobilisierbar, wenn der Arzt und über ihn die Mitarbeiter diese glaubhaft vermitteln. Der Aushang im Wartezimmer ist der Anfang, Broschüren untermauern die Werbung. Eine Patientenzeitung oder ein Newsletter tun das ihre. Zentral bleibt aber der Arzt selbst, der die Zielgruppen gezielt anspricht, und etwa Übergewichtige Patienten beim Hinausgehen „vom neuen Programm zur Gewichtsreduktion“ informiert und ihnen eine Broschüre mitgibt. Dies schafft eine Gesprächsgrundlage für den kommenden Besuch. Wenn ein Patient auf die Angebote nicht eingeht, darf keine Enttäuschung spürbar werden, selbst wenn der Arzt der subjektiven Überzeugung ist, dass er es mit seinem Patienten ja nur gut meint. Wichtig bleibt, dass der Patient sich betreut und nicht bedrängt fühlt.

STEUER UND ABGABEN. Aus steuerlicher Sicht wird die Ordination durch die Zusatzangebote zu einem Gewerbebetrieb – mit weitreichenden Konsequenzen. Neben den nur mäßig komplizierten einkommensteuerlichen und den umsatzsteuerlichen Aspekten sind vor allem die sozialversicherungsrechtlichen Auswirkungen interessant. Die Erträge werden der Einkommenssteuer zugezählt. Wichtig ist eine strenge Trennung der medizinischen und gewerblichen Umsätze und Einkäufe in der Buchhaltung. Nur dann gibt es auch ein friktionsfreies Recht zum Vorsteuerabzug. Wie bei jeder gewerblichen Tätigkeit kommt es auch zur Versicherungspflicht bei der Sozialversicherungs-

anstalt der gewerblichen Wirtschaft. Wirft die gewerbliche Nebentätigkeit nur niedrige Gewinne ab, so kann die gewerbliche Pflichtversicherung dazu führen, dass eine günstigere Möglichkeit der Krankenversicherung erreicht wird als für einen Mediziner ohne gewerbliche Tätigkeit. Ohne Rat von Steuer- und Abgabenexperten ist das allerdings kaum umzusetzen.



IDEALER JOB FÜR PARTNER. In vielen Ordinationen wird der Handel mit Gesundheitsprodukten von den Ehepartnern getragen. Dadurch besteht auch die Möglichkeit der Anstellung des Partners im Rahmen eines Dienstverhältnisses: Die Gehaltsaufwendungen und Lohnnebenkosten mindern den steuerpflichtigen Gewinn, und: Der Ehepartner ist kranken-, pensions- und unfallversichert.

Steuerlich wichtig ist die strenge Trennung medizinischer und gewerblicher Umsätze

Disease- und Ordinations-Management vertragen sich gut

Therapie Aktiv ist das erste und einzige Disease-Management-Programm in Österreich. In der Ordination kann es durch seine Strukturiertheit wichtige Impulse für das Praxis-Management bei chronischen Krankheiten liefern. Die Vorteile im Prozess, den Therapie Aktiv für Diabetes-PatientInnen anbietet, sind übertragbar.

CHRONISCHE KRANKHEITEN wie der Typ-2-Diabetes unterscheiden sich im Ordinationsablauf von akuten Erkrankungen. Therapie Aktiv unterstützt im Ordinationsalltag mit Struktur und Kontinuität.

INDIVIDUELL UND STRUKTURIERT Therapie Aktiv bietet einen gut strukturierten Rahmen mit vielen Möglichkeiten der individuellen Betreuung. Kontrolluntersuchungen sind so in das gesamte Programm eingebettet, dass atypisches Kommen durch Kontinuität ersetzt wird. Durch die klare Struktur und Betreuungskontinuität wird die Gesundheitspartnerschaft zwischen ÄrztIn und PatientIn bewusster erlebt.

ROUTINE SPART ZEIT Die Abläufe von Therapie Aktiv sind ähnlich denen einer Vorsorgeuntersuchung, wobei administrativ sogar weniger zu erfüllen ist. Mit jedem Kontrolltermin wird der Zeitaufwand geringer und der Ablauf für alle Beteiligten routinierter. Durch die Zielvereinbarung bringen PatientInnen ihr Thema schneller auf den Punkt

und die Arztassistentz kann viele Informationen vorerheben. Dadurch bleibt mehr Zeit für das Gespräch mit PatientInnen.

MOTIVIERT IM TEAM Die Einbindung der Arztassistentz in das Therapie Aktiv Programm trägt neben der persönlichen Entlastung der ÄrztInnen auch zur Motivation der MitarbeiterInnen durch Kompetenzerweiterung bei. Die Administrationsabläufe sind übersichtlich und das Handling einfach. In der Kommunikation mit PatientInnen können sich ArztassistentInnen ein interessantes Betätigungsfeld schaffen: Angefangen bei der Vorselektion und den Einstiegsinformationen bis zur Abgabe der qualitätsgesicherten Informationsmaterialien können sie direkt einen Beitrag zur Lebensqualitätsverbesserung der PatientInnen leisten. Mitmachen ist einfach – einfach mitmachen!

Information: www.therapie-aktiv.at

Therapie Aktiv
DIABETES IM GRIFF

Der einfache Betreuungsweg in der Ordination:



AM ANMELDUNGSDESK

Vorselektion, Information über das Programm, Termine und Recall, Überweisungen und Eintragen der Befunde in den Diabetes-Pass, Dokumentation, Administration und Verrechnung



IM UNTERSUCHUNGSZIMMER

Wiegen, Messen und Checken



AUSSERHALB DER ORDINATION

Therapie Aktiv geht für Ihre PatientInnen weiter. Vielfältige Schulungen und Angebote unterstützen die Compliance



BEIM ARZTGESPRÄCH

Kontrolle, Abstimmung und Beratung