

# Pilotprojekt zum „Physiotherapie-Marketing“

**Was ist das Pilotprojekt „Physiotherapie-Marketing“? Warum dieses Pilotprojekt? Wie kann ein Praxisinhaber teilnehmen? Wann startet es? Wo gibt es mehr Informationen?**

## **Bislang zaghafte Marketing in der Physiotherapie**

Marketing wird in einer Praxis für Physiotherapie nur sehr zaghafte betrieben. Hier und da wird eine Werbeanzeige in der lokalen Zeitung geschaltet. Nur jede sechste Praxis bietet zusätzlich zu den „Kassenleistungen“ überhaupt Wellness-Pakete für Selbstzahler an. Diese werden vorsichtig als Information in der Praxis ausgelegt. Gezielte Marketingmaßnahmen wie in anderen Branchen finden überhaupt nicht statt. Beispielsweise lebt eine Praxis für Physiotherapie von der Weiterempfehlungsbereitschaft seiner Kunden. Jedoch findet kein kontrolliertes Weiterempfehlungsmanagement statt. Relevante Zuweiser der Praxis werden ebenfalls nicht identifiziert und informiert. Öffentlichkeitsarbeit wie in anderen Branchen ist quasi nicht vorhanden.

## **„Physiotherapie-Marketing“ und das Heilmittelwerbe-gesetz**

Natürlich gibt es wie bei allen Marketing-Maßnahmen in der Gesundheitswirtschaft gesetzliche Regelungen, die es zu beachten gilt. Bei „Physiotherapie-Marketing“ muss beispielsweise das Heilmittelwerbe-gesetz beachtet werden. In der Realität zeigt sich, dass gerade die Praxisflyer oder auch die Praxis-Internetseite häufig nicht den gesetzlichen Vorgaben und Einschränkungen folgen. Wer Glück hat, der wird dabei nicht er-pappt. Wer Pech hat, der handelt sich gar eine Unterlassungsklage oder eine Abmahnung ein, auf jeden Fall aber viel Ärger. Kein Marketing zu betreiben, kann für Inhaber einer Praxis für Physiotherapie jedoch auch keine Lösung sein: Schließlich steigt der Wettbewerbsdruck, nicht zuletzt aufgrund der stagnierenden ärztlichen Verordnungszahlen.

## **Umfangreiches Marketingkonzept vs. Physiotherapie-Marketing**

Viele Praxisinhaber schrecken natürlich vor einem sehr umfangreichen Marketingkonzept zurück, welches von Marketingberatern und Marketingfirmen propagiert wird. Diese Konzepte sind häufig zu umfangreich, zu arbeits- und kostenintensiv. Der Praxisinhaber besitzt weder Zeit noch Geld sich eines solchen umfangreichen Konzeptes anzunehmen. Es bedarf also eines Ansatzes, der die Ressourcen und Besonderheiten einer durchschnittlichen Praxis für Physiotherapie berücksichtigt.

## **Pilotprojekt „Physiotherapie-Marketing“ mit Gesundheitsökonomien gestartet...**

Unter dem Begriff „Physiotherapie-Marketing“ werden alle Marketing-Maßnahmen verstanden, die in kurzer Zeit und mit wenig Geld durch Praxisinhaber realisiert werden und deren Wirksamkeit auch nachgewiesen ist. Diese gilt es zu identifizieren, zu evaluieren und zu verbessern. Es gibt einen bunten Strauß an Marketing-Maßnahmen, die ohne Weiteres umgesetzt werden können. Diese Marketing-Maßnahmen werden nun in einem Pilotprojekt erstmalig auf Ihre Wirksamkeit und Zulässigkeit untersucht. Darüber hinaus findet erstmalig eine Evaluation von Arbeits- und Kostenintensität statt. Das Pilotprojekt wird von branchenerfahrenen Gesundheitsökonomien der Unternehmensberatung „praescio“ begleitet und ist Anfang Juli 2012 gestartet. Bei Interesse können Praxisinhaber über die E-Health-Plattform „knetmich“ am Pilotprojekt teilnehmen und von ersten kostenlosen Tipps & Tricks in Sachen „Physiotherapie-Marketing“ profitieren. Mehr Informationen unter: <http://www.knetmich.de/Physiotherapie-Marketing>

Über „knetmich“:

*knetmich* ist eine E-Health-Plattform für Physiotherapie, Krankengymnastik, Manuelle Therapie, Massage & Wellness. Es besteht eine intensive Kooperation mit erfahrenen Experten im Gesundheitsmarketing, die sich im Rahmen eines Pilotprojekts den Chancen und Möglichkeiten im Bereich „Physiotherapie-Marketing“ annehmen. Mehr Informationen unter: [www.knetmich.de](http://www.knetmich.de)