

Tierarzt als Unternehmer



PRAXISGRÜNDUNG: DIE DREI WICHTIGSTEN DINGE AM START

Eine der schönsten Facetten der Tätigkeit als Praxismanager ist das Begleiten neu entstehender Praxen und der Erfolg junger Unternehmerinnen und Unternehmer. Natürlich gibt es viele Wege in die Selbstständigkeit und kein Rezept führt automatisch zum Erfolg. In meiner Beratungspraxis haben sich aber drei Beobachtungen verdichtet, die ich als wichtigste unternehmerische Überlegungen an den Anfang stellen möchte:

1. WÄHLEN SIE DIE RICHTIGE SOFTWARE

Eine gute Tierarztsoftware ist Herzstück und Erfolgsfaktor gerade in einer neuen Praxis. Wählen Sie eine Software, mit der Sie gut arbeiten können und die alles Wichtige für Sie abbildet, und stellen Sie sicher, dass Sie Ihr Programm schon vor dem Start gut beherrschen. An erster Stelle steht die Usability, weil Sie so am meisten Zeit bei sich und Ihrem Personal gewinnen. Dann geht es um die für die Ordination verfügbaren Informationen, da gute Auswertungen viel an Dokumentation besorgen und gut lesbar sind: Wie viele Patienten waren im letzten Monat da? Sind das mehr oder weniger als im Vormonat? Wie viele Katzen waren da, wie viele meiner Kunden haben Hamster, wie viele Impfungen habe ich durchgeführt, wie lange habe ich gearbeitet?

All diese Zahlen helfen Ihnen dabei, eine Perspektive auf den Erfolg zu gewinnen, die im zu bewältigenden Alltag leicht untergeht. Achten Sie darauf, dass alle Zahlen auch für weitergehende Bearbeitungen bereitstehen: Informationen über die Medikamente für die Hapo-Dokumentation, Rechnungen für die Buchhaltung und alles über die Kunden für das Marketing!

2. INVESTIEREN SIE IN MARKETING

Marketing ist vielseitig. Eine Annäherung über die „vier Ps“ (Produkt, Preis, Placement, Promotion) hilft, sich im Dschungel der Überlegungen zurechtzufinden, doch empfehle ich ganz klar: Investieren Sie Zeit und Energie in Ihren Außenauftritt und reservieren Sie dafür auch ausreichend Budgetmittel. Steht Ihre Tierarztpraxis für etwas ganz Besonderes oder gehen Sie anders an die Sache heran als die Praxis im Nachbarort? Kommunizieren Sie Ihren USP an die Kunden und erzählen Sie, warum jemand mit seinen vierbeinigen Lieblingen zu Ihnen kommen soll!

Marketing muss nicht teuer, aber gut überlegt sein. Wie können Sie Bestandskunden ansprechen und welches Angebot möchten Sie machen? Mit welchen Aktionen können im Fall der Übernahme Kunden auf Neues neugierig gemacht werden und sich gleichzeitig in der gewohnten Welt abgeholt fühlen? Wie sprechen Sie neue Kunden an?

Social Media kann bei all diesen Überlegungen eine Rolle spielen. Die klassische Website verrät viel über Ihren Betrieb – wie kann ein Kunde von zu Hause mit Ihnen in Kontakt treten und wie holen sie ihn im Web ab? Schaffen Sie es, eine Community auf Facebook aufzubauen oder über Instagram die Herzen der Tierbesitzerinnen und -besitzer zu erreichen? Dabei müssen Sie kein Digitalexperte sein – aber wer neue Medien gut beherrscht, ist klar im Vorteil.

3. STEuern SIE IHRE ZAHLEN

Als Praxismanager planen wir meist die Erfolgswahlen: Wir fassen eine pessimistische Ordinationsentwicklung ins Auge, planen mit optimistischen Annahmen und legen schließlich den ersten Monaten eine solide Finanzplanung auf Basis unserer Erfahrung in der Praxis zugrunde. Sie sehen schnell, ob es sich ausgeht und wie Sie unterwegs sind. Dass es anfangs vielleicht noch schwieriger ist, bringt Sie nicht aus der Ruhe, denn damit haben Sie gerechnet – in der Regel ist nach vier bis sechs Monaten aber ein stabiler Erfolgspfad zu erkennen, und es lässt sich bis zum Ende des ersten Jahres oft schon Bilanz ziehen. Viele können dann sagen: „Eigentlich haben wir sogar das optimistisch gefasste Erfolgsziel fast erreicht.“

Sie brauchen Zahlen, um erfolgreich zu sein – nicht nur Ist-Zahlen, sondern auch Planzahlen, um Ihre Entwicklung einschätzen zu können. Haben Sie nicht von Anfang an auf den richtigen Mix aus Preis, Öffnungszeiten, Angebot und Kommunikation gesetzt, können Sie schnell nachschärfen. Sie erkennen frühzeitig, woran es liegt, und steuern auf Erfolgskurs. Nach einem Jahr haben Sie sich in der neuen Ordination etabliert und würden rückblickend dennoch alles ganz anders machen? Dazu haben Sie im zweiten Jahr die Chance!

*Herzlichst
Ihr PRAXISmanager*

Dieser Artikel wurde mit aller gebotenen Sorgfalt zusammengestellt. Für allfällige Fehldarstellungen übernehmen wir keine Haftung. Der Beitrag kann und soll daher die fachkundige Beratung nicht ersetzen.

MAG. WERNER FRÜHWIRT

ist Steuerberater und Wirtschaftsprüfer aus St. Pölten und hat sich als Unternehmensberater auf den Berufsstand der Tierärzte spezialisiert. Er begleitet als PRAXISmanager die Initiativen der Österreichischen Tierärztekammer.