
Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen, aufgrund steigenden Interesses an einer erfolgreichen Praxisführung und dem Bedürfnis, sich qualitativ optimal informieren zu können, haben wir eine Zweitaufgabe dieses Buches verfasst. Einer der absoluten Kernpunkte der nun vorliegenden Neuauflage ist das Medium der Zukunft, das Internet.

Mittlerweile können Sie Marketingbroschüren zu fast jedem Gesundheitsberuf finden. Auch die Berufsverbände bieten derzeit eine Fülle an Kursangeboten an.

Dieses Praxisbuch richtet sich an alle interessierten Heilpraktiker. Die einen wollen ihr Ziel einer eigenen Praxis verwirklichen, andere, bereits niedergelassene Heilpraktiker, sind vielleicht auf der Suche nach neuen Ideen, um ihre Leistungen und Angebote zu vermarkten – sei es, weil sie sich höhere Patientenzahlen in ihrer Praxis wünschen, sei es, weil sie ihre Praxis ausbauen möchten und Marketing bisher nur über das Verteilen von Visitenkarten und ausliegenden Flyern betrieben haben. Vieles von dem Dargestellten werden Sie sicherlich ganz automatisch berücksichtigen. Trotzdem lohnt es sich, Marketing mit System und auf dem Boden der gesetzlichen Vorgaben anzugehen, um noch mehr Erfolg zu haben.

Auch wenn der Beruf bzw. die Ausübung der Naturheilkunde als Heilpraktiker häufig mit den Themen

- soziale Einstellung und
- der Arbeit am Menschen

in Verbindung gebracht wird, ist es nicht von der Hand zu weisen, dass ein Markt besteht. Das Prinzip der Marktwirtschaft basiert auf Angebot und Nachfrage. Wie kann sich also ein Heilpraktiker erfolgreich und legal auf dem Markt behaupten? Daher hat der Gesetzgeber versucht, einem möglichen unlauteren Wett-

bewerb durch Gesetzesvorgaben und diverse Auflagen Einhalt zu gebieten.

Zielsetzung ist zum einen der Schutz des Patienten, zum anderen die Vorgabe, gleiche Rahmenbedingungen in Bezug auf die wettbewerbsrechtlichen Ausgangssituationen für alle niedergelassenen Heilpraktiker zu schaffen. Natürlich kann der Heilpraktiker zahlreiche Management- und Marketingseminare besuchen, die jedoch meist sehr teuer und nicht spezifisch auf die Zielgruppe der Heilpraktiker ausgerichtet sind, sodass er mit einer Vielzahl offener Fragen wieder nach Hause gehen wird.

Das vorliegende Buch versteht sich als praxisnahes Handbuch, das angehende wie bereits etablierte Heilpraktiker in das heute für eine erfolgreiche Praxis so wichtige Thema Marketing einführen will.

Vor der Lektüre dieses Buches sollte sich jeder Leser die Zeit nehmen, sich folgende Punkte bewusst zu machen:

- Ich werde etwas Neues beginnen.
- Ich überwinde meine Unsicherheit.
- Ich nehme Impulse und Reaktionen jederzeit an.
- Ich werde Profi.
- Ich weiß, was ich will und was mich erwartet.

In diesem Sinne viel Spaß beim Lesen und interessante Anregungen auf dem Weg zur erfolgreichen Praxis.

In diesem Buch sind einige Positivbeispiele bereits niedergelassener Heilpraktiker dargestellt, bei denen ich mich herzlich für die freundliche Überlassung von Abbildungen bedanken möchte. Die Namen sind im Nachwort aufgeführt.

Flörsbachtal, im Herbst 2008

Kristina Vormwald