

- Nehmen Sie Abstand davon, Mitbewerber herabzusetzen oder zu beleidigen.
- Gestalten Sie keine vergleichende Werbung.
- Nutzen Sie niemals eine Zwangslage, eine Angst oder eine Leichtgläubigkeit Ihrer Klienten aus.
- Machen Sie keine täuschenden Angaben über Erfolg, Risiko oder Kosten einer Behandlung.
- Achten Sie auf die korrekte Darstellung Ihrer Qualifikation.
- Vermeiden Sie belästigende Werbung in Form von Flyern in Briefkästen oder unerwünschter E-Mail-Werbung.

## 1.3 Eröffnung einer Heilpraktikerpraxis für Psychotherapie

Nachdem die Überprüfung durch das Gesundheitsamt abgeschlossen ist, kann es losgehen mit Ihrer Planung einer eigenen Praxis! Ich stelle Ihnen nachfolgend die einzelnen Schritte vor, die auf diesem Wege zu beachten sind.

### 1.3.1 Meldung der Praxis

Die zuständige Aufsichtsbehörde für Ihre Praxis ist das **Gesundheitsamt**. Sobald Sie Praxisräume haben und wissen, wann Sie Ihre Praxis eröffnen werden, melden Sie sich bitte bei dem Gesundheitsamt Ihres Landkreises mit Ihrer Praxis an. Da die Regelungen hier in den verschiedenen Bundesländern unterschiedlich gehandhabt werden, sollten Sie Ihr örtliches Gesundheitsamt befragen. Dort erfahren Sie schnell, was von Ihnen verlangt wird und ob es zum Beispiel bestimmte Formulare gibt, die Sie für die Meldung ausfüllen müssen. Üblicherweise erfolgt die Meldung beim Gesundheitsamt schriftlich, formlos und inklusive einer Kopie Ihrer Erlaubnisurkunde (**Abb. 1.2**).

Bedenken Sie, dass Sie auch Änderungen melden müssen: Umzug, Namensänderungen, Praxisverlegung oder Beendigung der Praxis.

Beim **Finanzamt** müssen Sie sich im Jahr Ihrer Praxiseröffnung bis zum 31. Dezember melden. Angemeldet wird eine freiberufliche Tätigkeit als Heilpraktiker (Psychotherapie). Sie bekommen ei-

nen Steuererfassungsbogen, den Sie dann ausfüllen müssen. Sie können - müssen aber nicht - die Kleinunternehmerregelung in diesem Bogen ankreuzen. Auch dem Finanzamt müssen Sie Änderungen, wie Umzug oder die Beendigung Ihrer Praxistätigkeit mitteilen.

Die nächste wichtige Anlaufstelle ist die **Berufsgenossenschaft**. Es gibt unterschiedliche Berufsgenossenschaften. Für Heilpraktiker (Psychotherapie) ist die BGW, Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege zuständig (bgw-online.de). Die Berufsgenossenschaft ist die gesetzliche Unfallversicherung und gehört zu den gesetzlichen Sozialversicherungen. Heilpraktiker (Psychotherapie) sind nach §4 Absatz 3 SGB VII von der generellen Versicherungspflicht ausgenommen. Dennoch müssen Sie sich mit einer sogenannten Leermeldung binnen einer Woche nach Praxisaufnahme bei der BGW anmelden (§ 192 SGB VII).

Eine Versicherungspflicht hängt von der genauen Ausführung Ihrer Tätigkeit ab. Das bedeutet, wenn Sie zum Beispiel zusätzliche Dinge anbieten, muss im Einzelfall geprüft werden, ob Sie versicherungspflichtig sind oder nicht. Das können Coaching, Beratung, Dozententätigkeit oder gewerbliche Dienstleistungen sein. Wenn Sie Angestellte beschäftigen, sind Sie immer versicherungspflichtig. Das kann auch eine geringfügig beschäftigte Reinigungsfee oder Familienangehörige sein, die Bürotätigkeiten für Sie erledigen. Es besteht darüber hinaus auch die Möglichkeit, sich in der BGW freiwillig zu versichern. Die Leermeldung bei der BGW funktioniert formlos und schriftlich. Auf der Internetseite kann man sich nach Registrierung auch online anmelden.

### 1.3.2 Praxisname

Ihr Praxisname begleitet Sie hoffentlich durch viele Jahre Ihrer Tätigkeit! Wählen Sie ihn deswegen mit Sorgfalt aus! Es ist sowohl möglich, einen Phantasienamen zu wählen, als auch eine reale Bezeichnung.

Der Praxisname sollte auch noch in 10, 15 oder 20 Jahren zu Ihnen passen und Ihr Angebot beschreiben. Vermeiden Sie es, nur einen Aspekt Ih-

Praxis XY  
Frieda Musterfrau  
Heilpraktikerin für Psychotherapie  
Musterstrasse 11  
12345 Musterhofen

An das  
Gesundheitsamt Musterdorf  
Musterhof 11

**01234** Musterdorf

Musterhofen, den TT.MM.JJJJ

**Betreff: Anmeldung Heilpraktikerpraxis für Psychotherapie**

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit möchte ich Ihnen mitteilen, dass ich am TT.MM.JJJJ meine Heilpraktikerpraxis für Psychotherapie eröffnen werde. Die Praxisadresse lautet:

Straße:  
PLZ, Ort:  
Tel:

Mit freundlichen Grüßen

Frieda Musterfrau  
Heilpraktikerin für Psychotherapie

Anlage: beglaubigte Kopie der Erlaubnisurkunde

**Abb. 1.2** Meldung an das Gesundheitsamt zur Praxiseröffnung.

rer Tätigkeiten herauszugreifen. Wer weiß, wohin Sie die Anwendung Ihrer Tätigkeit führt? Mit Sicherheit wird sich Ihr Spektrum im Laufe der Zeit erweitern. Möglicherweise werden manche Methoden unwichtig und beschreiben Sie und Ihre Tätigkeit eines Tages nicht mehr. Diese Punkte sind bei der Wahl der Praxisbezeichnung zu bedenken. Hinzu kommt natürlich die rechtliche Verbindlichkeit, dass Sie nicht den Eindruck einer Irreführung erwecken.

Die Bezeichnung als Heilpraktiker (Psychotherapie) ist gesetzlich vorgegeben. Sie ist hinter dem Namen zu führen. Wenn Sie einen Titel tragen, aber nicht in Medizin promoviert haben, dann benennen Sie bitte die Fachrichtung. Sie dürfen nicht den Eindruck erwecken, dass Sie Arzt sind. Der Begriff „Praxis“ ist immer mit dem Hinweis zu führen, dass Sie Heilpraktiker (Psychotherapie) sind. Abkürzungen sind unbedingt zu vermeiden, da sie vom Laien nicht erkannt werden und somit als Irreführung verstanden werden können.

Was Sie ausüben ist Psychotherapie. Die Bezeichnung „Praxis für Psychotherapie“ hat jedoch schon zu Abmahnungen geführt. Sollten Sie sich dennoch für diese Bezeichnung entscheiden, beachten Sie, dass Ihr Namenszug und Ihre Berufsbezeichnung in derselben Größe und Auffälligkeit gestaltet sind, wie die Praxisbezeichnung und nicht lediglich als Kleingedrucktes. Lassen Sie sich zu Ihrem Praxisnamen beraten. In vielen Berufsverbänden geht das sehr unproblematisch, zum Beispiel über eine Frage in einem Rechtsforum.

### 1.3.3 Logo

Ich würde Ihnen auf jeden Fall empfehlen, ein Praxislogo auszuwählen. Es ist wichtig für den Wiedererkennungswert Ihrer Praxis. Sie steigern damit die Bekanntheit und die Einzigartigkeit Ihrer Praxis. Sie können Ihr Logo selbst entwerfen oder eine Werbeagentur beauftragen. Im Internet gibt es ebenfalls viele Möglichkeiten, Logos entwerfen zu lassen. Dort können Sie auch professionelle Logos kaufen, die zum Beispiel von Grafikern für Wettbewerbe entworfen wurden und keinen Preis gewonnen haben. Diese „Restlogos“ können Sie günstig erwerben. Auf [\[nenlassen.de\]\(http://nenlassen.de\) oder \[www.99designs.de\]\(http://www.99designs.de\) finden Sie zum Beispiel solche Logo-Shops.](http://www.design-</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

### 1.3.4 Praxisräume

Sie benötigen für Ihre Praxis eine feste Praxisadresse. Wählen Sie den Standort Ihrer Praxis so aus, dass Sie gut zu erreichen sind. Bestenfalls auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Ihre Räumlichkeiten sollten einen behindertengerechten Zugang haben, also barrierefrei zu erreichen sein.

Wenn Sie darüber nachdenken, Ihre Praxis in Ihren Wohnräumen zu eröffnen, müssen Sie zuvor klären, ob die Tätigkeit überhaupt dort ausgeübt werden darf. Viele Mietverträge verbieten eine freiberufliche oder gewerbliche Nutzung. Bei dieser Nutzung von Wohnraum muss der Vermieter eine Umnutzung beim Bauordnungsamt beantragen. Dieses Verfahren ist meist nicht von Erfolg gekrönt, weil Wohnraum nicht so einfach als Praxisraum umgewandelt werden kann. Meist kann eine Praxis auch nur in einem Gewerbe- oder Mischgebiet eröffnet werden. Informieren Sie sich auf jeden Fall beim zuständigen Bauamt. Die gesetzliche Lage der Landesbauordnung ist von Bundesland zu Bundesland unterschiedlich.

In den eigenen vier Wänden kommt die Problematik der Abgrenzung hinzu, wenn Sie die Praxis in Ihre Wohnräume integrieren möchten. In einer separaten Einliegerwohnung mit eigenem Zugang ist dies sicher noch ganz gut durchführbar, dass Sie und Ihre Patienten ungestört arbeiten können. Aber wenn Sie ein Zimmer Ihrer Wohnung als Praxis nutzen möchten, wird die Abgrenzung schon deutlich schwerer. Stellen Sie sich vor, Ihre Kinder streiten im Nebenraum. Das stört nicht nur Ihren Klienten, es macht es Ihnen auch schwer, professionell zu arbeiten.

Bezüglich des Behandlungsraumes selbst machen Sie sich Gedanken darüber, wie viel Platz Sie für Ihre Arbeitsmethoden benötigen. Wenn Sie zum Beispiel auch Gruppenangebote in Ihr Konzept aufnehmen möchten, brauchen Sie mehr Platz. Auch eine Massage- oder Hypnoliege fordern einen entsprechenden Raum. Zusätzlich brauchen Sie eine eigene Toilette für Ihre Klienten.

ten. Auch ein Wartebereich ist notwendig, damit Ihre Klienten nicht im Regen vor der Tür warten müssen, wenn sich eine vorhergehende Behandlung mal verzögert. Der Behandlungsraum in der Psychotherapie sollte einen Wohlfühlfaktor haben. Es ist angenehmer, in einer gemütlichen und schönen Atmosphäre über problematische Gefühle zu sprechen.

Für die Einrichtung benötigen Sie eine Sitzgruppe mit 2 oder 3 Sitzgelegenheiten. Eventuell auch einen Schreibtisch und eine Liege für Entspannungsverfahren, Massage oder Hypnotherapie. Zusätzlich sollten Sie einen abschließbaren Schrank für Ihre Patientenakten aufstellen.

### 1.3.4.1 Hygiene

Der Heilpraktiker (Psychotherapie) darf nicht invasiv arbeiten und unterliegt somit auch nicht den strengen Hygienebestimmungen, mit denen sich der medizinische Heilpraktiker auseinandersetzen muss. Ihre Räume sollten für Ihre geplanten Therapiemethoden geeignet sein. Darüber hinaus sollten Sie darauf achten, nicht zu viele „Staubfänger“ im Raum zu platzieren. Ihre Praxis muss regelmäßig und ordnungsgemäß gereinigt werden, so dass die Sauberkeit einer professionellen Praxis gewährleistet ist. Je nach Arbeitsweise ist es wichtig, an Hygienevorschriften zu denken. Arbeiten Sie zum Beispiel mit einer Entspannungsliege, muss das Kopfteil nach jeder Benutzung keimfrei gemacht werden. Auch wenn der Hygieneplan für die psychotherapeutische Heilpraxis keine Pflicht ist, ist es doch wichtig, die einzelnen Reinigungsvorgänge festzulegen und in Ihren Alltagsplan einzubeziehen. Diese Arbeitsschritte sind notwendig und erfordern Zeit.

Das Gesundheitsamt kann sich jederzeit zu einer Begehung in Ihrer Praxis anmelden. Denken Sie daran, dass Sie dem Heilpraktikergesetz unterstehen. Es können Anforderungen bezüglich der Hygiene an Sie gestellt werden! Sie müssen zwar vermutlich kein Waschbecken im Raum haben oder Behältnisse für Spritzen oder anderes vorweisen, aber der Fußboden sollte wischbar sein. Das bedeutet, dass Sie keinen Teppichboden verlegen dürfen. Sollten Sie spezielle Fragen zu der Hygiene in Ihren Praxisräumen haben, dann rufen Sie Ihr Gesundheitsamt an: Es ist nicht nur

Ihre Aufsichtsbehörde, sondern auch eine Anlaufstelle in Hygienefragen und für den Patientenschutz.

### \* Wichtig

Bei Fragen zur Hygiene in Ihren Praxisräumen rufen Sie das Gesundheitsamt an. Es ist als Aufsichtsbehörde beratend für Sie in Hygienefragen und Fragen zum Patientenschutz da.

Der Fußboden Ihrer Praxis sollte feucht zu wischen sein. Sie sollten ein separates WC für Patienten haben und Ihre Praxis sollte wenig Staubfänger aufweisen.

### 1.3.4.2 Baurecht

Wenn Sie Räume beziehen, die noch nie als Praxis genutzt wurden, dann müssen Sie einen Bauantrag auf Umnutzung stellen. Ein Bauantrag ist immer formal notwendig. Es ist gleichgültig, ob die Räume umgebaut werden müssen oder nicht. Es kommt auf die Nutzung an. Für den Eigentümer der Räumlichkeiten bedeutet eine Umnutzung einen hohen bürokratischen Aufwand. Zusätzlich müssen dann die aktuellen rechtlichen Auflagen erfüllt werden, was eventuell eine teure Umbaumaßnahme nach sich ziehen kann. Einfacher ist es in Räumen, die bereits als Praxis genutzt wurden. Hier gilt der sogenannte Bestandsschutz gemäß § 76 LBO Landesbauordnung. Auch wenn in den Räumen zum Beispiel zuvor eine Arztpraxis war, können Sie dort eine Heilpraxis eröffnen, weil Bestandsschutz wirkt. Lassen Sie sich umfassend beraten, wenn Sie daran denken, eigene Praxisräume zu kaufen! Bevor Sie einen Kaufvertrag unterschreiben, sollte mit allen zuständigen Behörden geklärt sein, dass in diesen Räumen auch eine Praxis eröffnet werden darf. Der Nutzung als Praxis muss das Gesundheitsamt immer zustimmen. Lassen Sie sich deshalb umfassend beraten und handeln Sie nicht voreilig.

Auch der Brandschutz mit entsprechenden Fluchtwegen muss berücksichtigt werden. Die Stellplatzverordnung nach der Landesbauordnung kommt noch hinzu. So betrifft es nicht nur Ihre unmittelbaren Behandlungsräume, was Sie bedenken müssen und es reicht nicht, sich bei einem Bestandsschutz auf die Hygieneverordnung

gen zu konzentrieren, auch das „Drumherum“, wie Brandschutz und Stellplätze kann zu sehr teuren Maßnahmen führen.

#### Fazit

Unterschreiben Sie einen Mietvertrag oder einen Kaufvertrag erst dann, wenn alle zuständigen Behörden informiert sind und Ihnen verbindliche Zusagen für die Nutzung vorliegen!

Bitte beachten Sie, dass es möglich ist, dass das Finanzamt die Berufsgenossenschaft über Ihre Praxiseröffnung informieren kann und das Gesundheitsamt wiederum das Bauordnungsamt. Dies kommt zwar sehr selten vor, ist aber möglich. Melden Sie sich lieber selbst dort, bevor man auf Sie zukommt und erst im Nachhinein Auflagen gestellt werden, die dann eventuell nicht mehr umsetzbar sind.

### 1.3.5 Businessplan

Der Business-Plan hilft Ihnen, eine finanzielle Kalkulation aufzustellen und somit mögliche wirtschaftliche Risiken auszuschließen. Es wird ganz genau aufgelistet, welche Kosten entstehen und wie dementsprechend das Honorar zu kalkulieren ist. Unternehmensberater oder Steuerberater können Ihnen hierzu qualifizierte Hilfe anbieten. Sie können sich auch online im Internet einen Business-Plan erstellen lassen. Es gibt einige Seiten zu diesem Thema. Im Anhang finden Sie entsprechende Anregungen. Vielfältige Informationen zum Thema Business-Plan finden Sie auf der Seite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Auch diese Adresse ist im Anhang verzeichnet.

### 1.3.6 Patientenakquise/Werbung

Wie kommen nun die Klienten in Ihre Praxis, wenn Sie endlich stolz Ihr Praxisschild an der Mauer befestigt haben? Wichtig ist die Info, dass ein Schild allein keine Klienten bringt. Sie werden aktive Patientenakquise betreiben müssen. In die-

sem Kapitel möchte ich Ihnen Ideen und Anregungen mitgeben, welche Möglichkeiten Sie nutzen können.

Grundlegend für Ihre Werbung sollte die Frage sein, warum soll der Klient ausgerechnet zu Ihnen und in Ihre Praxis kommen? Was unterscheidet Sie von all den anderen Heilpraktikern (Psychotherapie)? Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? Ist es Ihre Grundlagenausbildung oder ist es Ihre Spezialisierung auf ein bestimmtes Gebiet? Diese Fragen sollten Sie für sich beantworten können. Ihre Außenwirkung wird viel effektiver sein, wenn Sie selbst wissen, was Sie können und was Sie persönlich ausmacht. Wenn das schwierig für Sie ist, empfehle ich Ihnen eine Supervision oder Coaching Sitzung zu diesem Thema zu buchen. Der wichtigste Werbefaktor ist die **Weiterempfehlung**.

Wenn Sie es geschafft haben, dass man Sie weiterempfiehlt, dann ist das Bestehen Ihrer Praxis gesichert! Hochwertige Behandlungen sprechen sich herum.

**Vorträge und Öffentlichkeitsarbeit** Machen Sie Ihren **Namen bekannt**. Sie können zum Beispiel **Vorträge** in Familienbildungsstätten, Volkshochschulen oder ähnlichen Einrichtungen halten. So taucht Ihr Name im Programmheft und in der Ankündigung auf. Klienten, die schon über Mundpropaganda von Ihnen und Ihrer Arbeit gehört haben, bekommen über solche Vorträge ein Angebot, Sie unverbindlich zu treffen. Mit Vorträgen können Sie Ihre Methoden und Arbeitsweisen vorstellen und bekannt machen. Es ist wichtig, dass Sie Ihre Vorträge nicht als „Werbeveranstaltung“ entwerfen. Zeigen Sie sich, Ihre Methoden und Ihre Arbeit so, wie Sie sind: authentisch und sympathisch. Auf Vorträgen dürfen Sie keine Adressen von interessierten Teilnehmern annehmen oder aufschreiben lassen. Das ist laut HWG § 11 verboten (Kap. 1.2.7.1). Sie sollten ebenfalls Abstand davon nehmen, auf Vorträgen Behandlungen durchzuführen. Die Heilkunde im Umherziehen ist nach § 5a HeilprG verboten. Eine Präsentation ist erlaubt. Führen Sie diese jedoch nur mit gesunden Menschen durch.

Vorträge können Sie auch in Ihrer eigenen Praxis halten. Suchen Sie sich ein beliebtes Thema

aus, das viele Menschen anspricht und vermitteln Sie eine professionelle Perspektive mit guten Lösungsideen. Werben Sie nicht für sich und Ihre Methoden: Stellen Sie die Gesundheit und das Wohlergehen der Zuhörer bei solchen Veranstaltungen in den Mittelpunkt.

Es ist vorteilhaft, wenn Ihr Name immer wieder in Ihrem Umfeld zu lesen ist oder gehört wird. Das kann auch dadurch geschehen, dass Sie zum Beispiel eine Anzeige schalten, wenn Sie Urlaub machen. Manche Tageszeitungen bieten auch die Möglichkeit eines redaktionellen Artikels bei einer Geschäftseröffnung. Allerdings ist so ein redaktioneller Artikel manchmal an eine Anzeigenschaltung gebunden. Es wird Anlässe für Ihre Vorträge geben, die Ihnen nur wenig oder gar kein Honorar in Ihre Kasse bringen. Doch wenn es darum geht, Ihren Namen bekannt zu machen, sollten Sie sich dauerhaft bemühen, in der Öffentlichkeit bekannt zu werden. Trauen Sie sich!

**Feste und Tag der offenen Tür** Auch bestimmte **Feste** in Ihrer Praxis zu feiern, kann ein guter Anlass für Klienten sein, Sie unverbindlich kennenzulernen. Die Praxiseröffnung ist ein besonders schöner Anlass für ein solches Fest. Laden Sie Kollegen, Ärzte und andere Psychotherapeuten ein, mit Ihnen zu feiern! Ein weiterer Anlass ist ein Tag der „offenen Tür“. Vielleicht sind Sie sogar in einem Gebäude, in dem mehrere freiberuflich oder gewerblich Tätige sind, die sich an einen Tag der offenen Tür anschließen wollen? Es ist auch möglich, zu solchen Anlässen kurze Impulsvorträge zu halten.

**Drucksachen gestalten** Wichtige Unterstützer für Ihre Werbung können **Flyer, Broschüren** und **Visitenkarten** sein. Achten Sie bei der Gestaltung auf eindeutige Wiedererkennungswerte auf Ihren Drucksachen: Das kann Ihr Logo oder die Farbgestaltung sein. Packen Sie solche Werbeartikel nicht zu voll mit Informationen. Sachliche Texte sollten im Vordergrund stehen. Sie können auf unterschiedlichen Drucksachen für Ihre Praxis werben. Gestalten Sie Broschüren, Postkarten und Visitenkarten, die Sie auch Briefen oder Rechnungen beilegen können. So können Sie eine Broschüre gezielt an interessierte Klienten verteilen und

kompaktere Flyer oder Postkarten großzügiger auslegen. Dazu bieten sich Geschäfte und Praxen in Ihrem direkten Umfeld an. Fragen Sie aber bitte, bevor Sie irgendwo Ihre Flyer platzieren.

**Newsletter und Fachzeitschriften** Manche Kollegen schreiben auch einen regelmäßigen **Newsletter** mit interessanten Informationen aus dem Gesundheitsbereich. Achten Sie hierbei unbedingt darauf, dass nur diejenigen den Newsletter von Ihnen erhalten, die ihn gerne bekommen möchten und damit einverstanden sind. Vielleicht bietet Ihr Berufsverband auch eine **Fachzeitschrift** an. Artikel in Fachzeitschriften zu veröffentlichen, bietet immer eine gute Möglichkeit, die eigene Arbeit kompetent darzustellen. Fragen Sie in den Fachredaktionen nach, die meisten Redakteure freuen sich über einen neuen Autor. Auch in dieser Beziehung heißt es: Trauen Sie sich!

**Netzwerken im Netz** Damit Sie gefunden werden, sind die Einträge in verschiedene **Therapeutedatenbanken** und Branchenbücher wichtig. Ein Telefonbuch nimmt heute kaum noch jemand in die Hand. Im Internet gibt es eine Vielzahl von Seiten, auf denen Sie sich eintragen können. Meistens wird ein **Basiseintrag** kostenlos angeboten. Erweiterte Profile mit Bild und Angebotsbeschreibung kosten dann etwas. Manche Portale bieten auch eine Bewertung an, die Ihre Klienten vornehmen können. Das kann sehr werbewirksam sein. Auch Berufsverbände bieten teilweise ein **Therapeuten Netzwerk** an, in dem sich die Mitglieder kostenlos eintragen und vorstellen können. Ebenso gibt es Ausbildungsanbieter, die die Möglichkeit eines Eintrages auf der Homepage der Akademie oder des Ausbildungsleiters anbieten. Hier ist von kostenlos bis kostenpflichtig bis hin zu kostenintensiv alles möglich.

Wichtig sind auch die bekannten sozialen und beruflichen Netzwerkseiten, wie Facebook, Xing, LinkedIn, Pinterest und andere. Teilweise verhilft Ihnen ein Profil auf so einer Seite Ihren Platz in den Suchmaschinen bei Google deutlich zu verbessern (Google-Ranking). Es ist notwendig, dass Freiberufler und Selbstständige für die Möglichkeiten des Internets offen sind. Es ist der Trend