



GEN Z IST AM START

.....



Ab Seite 6

.....

- Von B bis Z – Generationen auf dem Arbeitsmarkt



Ab Seite 10

.....

- Kennzahlen in der Physiotherapie – besser als ihr Ruf
- Lebenszyklus und Personalentwicklung – Teil 2

Inhalt

.....

Marketing



Ab Seite 14

.....

- Der Weg zum guten Berater

Finanzen / Steuer / Recht



Ab Seite 16

.....

- Geld anlegen mit System
- Aktuelle Änderungen durch das TSVG
- Vorschriften und Besonderheiten beim Einsatz von Trainingsgeräten

Abrechnung

Software

Beratung

Marketing



Beste Glückwünsche & herzlichen Dank!

Wir gratulieren zu 100 Jahren Expertise im Interesse zahlreicher Physiotherapeuten und freuen uns auf zukünftige fachkundige Begleitung! Dabei unterstützen wir gern mit Abrechnung, Software und Services.

Der Weg zum guten Berater

..... Ein Beitrag von Nils-Peter Hey

Bei vielen Praxisinhabern stehen Patientengewinnung und -bindung nicht im Vordergrund. Dennoch ist das Thema Praxismarketing eine sinnvolle Investition in eine erfolgreiche Zukunft. Weil die Vermarktung in all ihren Facetten, ohne externe Unterstützung, neben dem täglichen Geschäft an der Bank kaum zu bewältigen ist, erweist sich ein Berater schlussendlich als sinnvoll.



Foto: Sashkin / shutterstock.com

Ein guter Berater kann durch Ehrlichkeit und konstruktive Kritik schnell kundenunfreundlich wirken.

Das Imageproblem. In einer aktuellen Studie (1) belegen Marketer im Ranking der angesehensten Berufe den zweiten Platz – von hinten. Dies liegt daran, dass das Marketing eben keine exakte Wissenschaft ist, was die Qualität dieser Dienstleistung oft negativ beeinflusst. Mit Marketing kennt sich jeder irgendwie aus: Webinare, Online-Coaching-Angebote und andere Digitalmarketing-Formate nehmen zu. Zum Marketing ist im Prinzip alles gesagt – nur eben noch nicht von jedem.

Die Gretchenfrage. Was also zeichnet gute Beratung aus? Der Vergleich mit einem Physiotherapeuten ist gar nicht falsch: Was gut ist, tut oft weh. Ein guter Berater argumentiert gegen mögliche finanzielle Risiken. Er muss abwägen, was der Vermarktung eines Unternehmens dienlich ist und was nicht. Aus Beratersicht muss man sich nicht selten gegen das fachfremde Verständnis seines Mandanten behaupten, der als Auftrag- und Geldgeber natürlich Recht hat.

Wer nur das wiederholt, was der Mandant vermeintlich hören will, ist kein guter Berater, sondern

ein Bediener. Daher ist ein Zeichen guter Beratung, wenn auch mal widersprochen wird. Gute Beratung ist kritisch und ehrlich – das wirkt oft kundenunfreundlich und das muss es auch sein. Ein guter Berater hält einem charmant den Spiegel vor, um schlussendlich die Vermarktung der Praxis in die richtige Richtung zu lenken.

Der richtige Riecher. Es ist unwahrscheinlich, dass Sie als Inhaber genau sagen können, was für Ihre Praxis die richtige Maßnahme ist. Das ist übrigens in allen Beratungsbereichen so. Patienten wissen schließlich auch nicht, wie sie sich selbst behandeln sollen. Sie haben vielleicht eine Theorie, eine Idee und womöglich ein ganz gutes Gespür dafür, was ihnen guttut – aber einen Therapieplan für sich selbst entwerfen können sie nicht. Wer sich bei der Externalisierung seiner Aufgabenstellung helfen lässt, bekommt durch das Einbeziehen eines Fachmannes unerwartetes, aber umso positiveres Feedback.

Der erste Schritt. Ein Projekt startet mit dem Briefing – etwas, das ich als „Erwartungsmanagement“

bezeichne. Hierbei sollten Berater und Mandant gemeinsam daran arbeiten, Grundlagen zu diskutieren und Ergebnisse schriftlich zu fixieren. Die Schriftlichkeit ist ein kritischer Erfolgsfaktor, da alles, was nicht geschrieben steht, später vergessen oder missinterpretiert werden kann. Fehlende Briefings in schriftlicher Form sind übrigens einer der häufigsten Gründe, warum die Beziehung zwischen Berater und Mandant scheitert.

Der gute Berater wird also viel Zeit darauf verwenden, die richtigen Maßnahmen zu sondieren, bis sich ein Kompromiss aus Wunsch des Inhabers und Expertise des Beraters ergibt.

Die Nadel im Heuhaufen. Sobald die Entscheidung zum näheren Kennenlernen eines Beraters gefallen ist, liegt es nahe, zunächst im Netz zu recherchieren. Leider kann aufgrund einer ansprechenden und überzeugenden Website nicht unbedingt auf die Kompetenz der Dienstleistung geschlossen werden. Die Qualität des Projekts wird am Ende des Tages nicht von den Eigenwerbefähigkeiten des Beraters bestimmt, sondern von dessen Fähigkeit, den Weg zur Lösungsfindung mit Ihnen gemeinsam zu beschreiten.

Nomen est omen. Vermeintlich aussagekräftig ist die Referenzliste. Diese wird sich auf den meisten Berater-Websites finden und eine Reihe von Firmennamen beinhalten. Inwiefern kann die Auflistung von Unternehmen etwas über die Fähigkeiten eines Beraters aussagen? Wenn dort namhafte Firmen aufgeführt sind, ist dies nicht notwendigerweise ein Qualitätsmerkmal: Sie können alles bedeuten und sagen nichts über den Projekterfolg aus. Meiner Meinung nach helfen uns Referenzlisten daher kaum weiter, als einen ersten „Geschmackseindruck“ zu vermitteln. Wir können nämlich nicht beurteilen, wie umfangreich die Arbeit für eine genannte Firma ausfiel und ob das Projekt von Erfolg gekrönt war. Referenzlisten nützen uns dann, wenn wir zum Telefonhörer greifen, bei den jeweiligen Firmen anrufen und uns über den Berater informieren.

Die Erfahrungswerte. Sollte man sich für jemanden entscheiden, der schon einschlägige Erfahrung im Bereich Physiotherapie hat? Kann eine Spezialisierung auf dem Gesundheitsmarkt oder auf bestimmte Praxistypen förderlich sein? Jein. Es ist kein Nachteil, wenn ein Berater über relevante Vorerfahrungen verfügt. Weil er jedoch auch nur ein Mensch ist, neigt er intuitiv dazu, Schemata vorheriger Projekte auf zukünftige Projekte zu übertragen. Das ist dann gut, wenn man mit einer standardisierten Lösung zufrieden ist. Wer aber das Besondere will, mit großem Einfallsreichtum und Neuartigkeit, der muss vom Schema abweichen. Zudem sind viele Berater bereit, sich neuen Herausforderungen zu stellen: Sie freuen sich, auch in

Branchen zu arbeiten, in denen sie keine Vorerfahrung haben, da für sie die Methodik und die Kreation im Vordergrund der Beratungsarbeit stehen.

Ins Gespräch kommen. Worauf sollte man achten, wenn die Entscheidung für einen Berater oder eine Agentur gefallen ist? Es ist wichtig, bereits im Vorfeld des Projekts mit den Menschen zu sprechen, die Sie später auch im laufenden Geschäft betreuen werden. Die Chemie zwischen den Beteiligten muss stimmen, damit eine angenehme und produktive Arbeitsatmosphäre entsteht. Nicht selten passiert es nämlich, dass man es in der Anbahnungsphase mit dem gesprächstarken Chef der Agentur zu tun hat, während man später von der Praktikantentruppe betreut wird – eine häufig anzutreffende Konstellation, speziell in Projekten mit geringen Budgets. Die höher qualifizierten Berater sind meist den Mandanten vorbehalten, die auch die nötigen Mittel mitbringen. Die Nachwuchskräfte werden in den „Caritas-Projekten“ ausgebildet. Das Arbeiten mit ihnen kann aber auch ein Segen sein, wenn es unter transparenten Bedingungen stattfindet.

Die Quintessenz. Zuerst sollten die Erwartungen an ein Projekt notiert werden. Aufgeschlossenheit und die Art der Herangehensweise sind entscheidend für dessen Erfolg. Öffnen Sie sich für die Vorschläge des Beraters. Fragen Sie viel und intensiv nach. Lassen Sie sich alles im Detail erklären und seien Sie Teil des Weges zur Lösung. Bei der Auswahl des Dienstleisters gilt: Der schöne Schein kann trügen. Auch sollte man die Menschen kennenlernen, die später das Projekt im tagtäglichen Betrieb abwickeln werden. Kein Projekt kann nämlich zum Erfolg geführt werden, wenn die Chemie zwischen den Partnern nicht stimmt. Ein guter Berater schätzt Mandanten, die viel ausprobieren, überschaubare Risiken eingehen und mutig sind. Genießen Sie also Ihr Beratungsprojekt, Sie bezahlen es schließlich. Fordern Sie Ihren Berater – er wird es Ihnen danken.

Für Eilige

Die Wahl eines Beraters will wohlüberlegt sein – der Markt ist groß. Eine ansprechende Website oder namhafte Referenzen alleine sind jedoch nicht unbedingt ein Qualitätsmerkmal. Vielmehr muss für ein erfolgreiches Projekt die Chemie zwischen den Parteien stimmen und Vorstellungen stets neu ausgelotet werden.

Website und Referenzliste lassen nur bedingt Rückschlüsse auf die Qualität der Beratungsleistung zu.



Literatur

1. CareerBuilder Germany GmbH. 2019. Diese Jobs genießen das höchste Ansehen in Deutschland. tips.jobs.de/diese-berufegeniessen-das-hoechste-ansehen-deutschland/; Zugriff am 24.6.2019