

Existenzgründung für Heilpraktiker kompakt

Die wichtigsten Punkte als Übersicht

Existenzgründung aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist die zielgerichtete, langfristige Planung und Umsetzung einer Geschäftsidee, um den Lebensunterhalt zu erwirtschaften. Jeder Heilpraktiker gelangt zum Praxiserfolg, ob im Nebenerwerb oder mit der Alleinerwerbspraxis – sofern er die wirtschaftlichen Bedingungen erfüllt, die dazu notwendig sind. Im Folgenden geht es um Kernthemen des Gründungsprozesses. Mancher Heilpraktiker fühlt sich nicht als Unternehmer, er macht ja „nur“ eine Praxis auf. Jedoch gelten für die kleine Wirtschaftseinheit „Heilpraktiker-Praxis“ die gleichen betriebswirtschaftlichen Regeln wie für alle Unternehmen.

Sich als Heilpraktiker niederlassen

Der Heilpraktiker meldet seine Praxis beim zuständigen Gesundheitsamt mit Personalausweis, Erlaubnisdokument und Praxisadresse direkt oder postalisch an.

Die Frage der Praxisräumlichkeiten, ihre hygienerechtliche Ausstattung und das gültige Baurecht werden gern heiß diskutiert, sind aber meist einfach zu handhaben. Über Hygiene selbst lässt sich nicht diskutieren – da gilt für den Amtsarzt der Patientenschutz –, wohl aber, welche (kostenintensiven) Maßnahmen (z. B. Bodenbelag) passend zu den geplanten Therapieverfahren tatsächlich notwendig sind. Für die Beratung in allen Hygienefragen ist das Gesundheitsamt zuständig.

Gewerberäume sind meist praxisgeeignet. Das Baurecht ist regional geregelt. Eine Praxis von weniger als 50 % der Wohnfläche (der Privatwohnung) erfordert meist keinen Umnutzungsantrag. Manche Gemeinden verlangen ein Parkplatzangebot für Patienten. Bei Fragen an Behörden muss das Praxis-konzept bereits klar sein. Wer kein Wartezimmer vorhält, sondern Einzelpatienten auf Termin behandelt (Bestellpraxis), wird weder einen Ansturm (Lärm, Schmutz) im Treppenhaus seines Vermieters verursachen noch die Parkplatznot der Nachbarn ernsthaft vergrößern. Deshalb ist es sinnvoll, nicht generell zu fragen, welche Rege-



© Barbara Reichart – pixelio

lungen für Praxen im Allgemeinen gelten, sondern speziell für die geplante eigene. Dann ist auch dem Gemeindemitarbeiter klar, dass z. B. ein Heilpraktiker für Psychotherapie keinen besonderen Bodenbelag benötigt, was ohnehin eine Frage in der Domäne des Gesundheitsamtes ist.

Bei Widerständen vonseiten amtlicher Stellen hilft das Sammeln von Präzedenzfällen: welche Kollegen / Ärzte arbeiten in ähnlicher Wohn-Parkplatzsituation?

Was dem einen erlaubt ist, darf dem anderen nicht verboten werden. Jede amtliche Auskunft muss auf einer Rechtsgrundlage beruhen.

Vor Abschluss eines Mietvertrags, gerade auch bei Praxisgemeinschaften, muss genau geprüft werden, ob dieser eine langfristige Basis bietet, also der Vermieter nicht plötzlich kündigt und die Miete auch in Zukunft finanzierbar bleibt. Für Unternehmer gelten nicht dieselben Schutzrechte wie für Verbraucher. Deshalb müssen alle Vertragsdetails (Kleingedrucktes) genau geprüft werden, da jede Unterschrift zu irgendeiner Verpflichtung führt, und die sollte genau bekannt sein.

Liquidität und Steuern

Die Gründungsphase ist dann abgeschlossen, wenn die Einnahmen dauerhaft die Ausgaben übersteigen und den Lebensunterhalt finanzieren.

Der Unternehmerlohn ergibt sich aus der Differenz von Umsatz und Kosten nach Abzug der Einkommensteuer, die ab einem Betriebsergebnis von (derzeit) 17.500 Euro anfällt. Das betriebswirtschaftliche Ergebnis ist niedriger als das steuerrelevante, da der medizinische Freiberufler zwar bei seinen Käufen umsatzsteuerpflichtig ist, für seine dem Erhalt oder Wiedererlangung der Gesundheit dienenden Leistungen (und nur diesen) selbst aber keine Umsatzsteuer erhebt. Deshalb darf er diese nicht von der Steuer absetzen, muss sie aber (am besten gleich getrennt von den Nettokosten) in seiner Buchführung erfassen, weil sie Geldausgang bedeutet. Eine aktuelle Buchführung bietet die wichtige Information, ob und wann genügend finanzielle Mittel vorhanden sind (Liquidität).

Dies ist die wichtigste betriebswirtschaftliche Größe: immer genau so viel Geld verfügbar zu haben, wie benötigt wird, beruflich und privat, um nicht insolvent zu werden.

Zur finanziellen Risikoabsicherung sind eine Berufshaftpflichtversicherung und eine Geschäftsversicherung („Hausratversicherung“) notwendig. Bei deren Abschluss sind sowohl die Beitragshöhe als auch der tatsächliche Versicherungsschutz im Schadensfall wichtige Kriterien.

Finanzplanung Schritt für Schritt

Da für Freiberufler keine faktische Trennung zwischen Privat- und Praxiskosten

existiert, ist vor der Gründung die Planung sämtlicher privat und beruflich regelmäßig und unregelmäßig in Zeitpunkt oder Höhe anfallender (= fixe und variable) sowie einmaliger Investitionskosten über einen Zeitraum von drei Jahren im Voraus unabdinglich. Die größten fixen Posten stellen Mieten und Krankenversicherung dar. Einnahmen in der Aufbauphase können gering oder schwankend sein. Fixe Kosten fallen aber regelmäßig an.

Lediglich variable Kosten, wie der Kauf von Fachliteratur oder eine Seminarteilnahme, können auch einmal verschoben werden. Etwaige finanzielle Lücken der Gründungsphase müssen möglichst genau quantifiziert, und eine verlässliche Quelle aus (versicherungspflichtiger) Arbeit oder Vermögen zur Finanzierung dieser Übergangszeit gefunden werden. Freiberufler erhalten keinen Bankkredit zur Sicherung ihres Lebensunterhalts, höchstens zur Anschaffung der Praxisausstattung, sofern Sicherheiten vorhanden sind. Ob eine Praxis gleich zu Beginn mit großem Budget ausgestattet wird, hängt vom Selbstverständnis des Gründers und von der Patientenschaft ab, auf die er abzielt.

Ganzheitlich Gründen mit dem Geschäftsplan

Zur Ermittlung des zukünftigen Betriebsergebnisses werden sämtliche (geplanten) Praxiskosten vom (geplanten) Praxisumsatz abgezogen. Dies dient der Liquiditätsplanung und -kontrolle und dem Ausblick, ab wann der Praxisaufbau geschafft sein wird. Das mag sich kompliziert anhören, kann aber Schritt für Schritt mittels eines z. B. im Internet verfügbaren Geschäftsplans (Businessplan) ermittelt werden. Dieser umfasst keineswegs nur Finanzfragen, sondern zielt von der Analyse der Unternehmerpersönlichkeit, des Marketings, der fachlich-medizinischen Seite über das Verhalten in Konkurrenz- und Krisensituationen auf eine lückenlose Betrachtung des Existenzgründungsprozesses und all seiner

Existenzgründungs-Checkliste in 12 Punkten

1. Praxiskonzept und Zeitplan vom Ende her erstellen und die Geschäftsidee gründlich reifen lassen: Wie sehen meine Praxis und meine Arbeit als Heilpraktiker/-in aus, mit der ich ab welchem Zeitpunkt meinen Lebensunterhalt verdienen will? Welche Schritte sind wann bis zur Praxiseröffnung nötig?
2. Haushaltsplan über sämtliche Privatkosten der ersten 3 Jahre ab Praxisstart erstellen.
3. Geschäftsplan erstellen.
4. Finanzielle Lücken schließen: wie wird der Lebensunterhalt finanziert, bis die Praxis Gewinn abwirft? Woher kommt das Kapital für die Praxisausstattung?
5. Therapieangebot festlegen und Abrechnungssseminar besuchen. Rechnungsstellung nach GebüH / Beihilfe erlernen.
6. Ggf. Steuer- oder Existenzgründungsberater aufsuchen, um Detailfragen zu klären.
7. Geeignete Praxisräume finden und prüfen, ob die Anforderungen des Gesundheits- und ggf. Bauamtes bzw. der Gemeinde erfüllt sind.
8. Mietvertrag vor Unterschrift inkl. Umgebungsbedingungen (Lärm, Sicherheit, Beleuchtung am Abend, Erreichbarkeit für Patienten) „auf Herz und Nieren prüfen“.
9. Angebote über notwendige Versicherungen einholen.
10. Praxis anmelden, ggf. separate Steuernummer beim Finanzamt beantragen, ggf. Geschäftskonto eröffnen.
11. Werbemaßnahmen planen (Visitenkarten, Flyer, Zeitungswerbung, Webseite) und Angebote einholen oder selbst gestalten. Selbst prüfen und durch Außenstehende prüfen lassen: Sind die Texte verständlich, informativ und nicht reißerisch? Enthalten sie Begriffe oder Abkürzungen (z. B. HP oder HPG), die nicht im allgemeinen Sprachgebrauch enthalten sind (Verpflichtung zur Erläuterung)? Sind unzulässiger Weise Heilversprechen oder genaue Beschreibungen der Wirkungsweise einer Methode plus Indikationsliste angegeben? Werden Begriffe oder Werbemethoden verwendet, die das HWG oder das UWG ausschließen? Werden wettbewerbswidrig Listen über die Aus- und Fortbildungshistorie ins Internet gestellt? Wer unsicher ist, konsultiert lieber einen Rechtsanwalt als auf wirksame Werbemaßnahmen zu verzichten!
12. Vor der Praxiseröffnung: Ist ein Hygieneplan erforderlich? Welche selbst erstellten Formulare werden für Anamnese, Aufklärung und weitere Dokumentation des Patientenkontaktes benötigt? Alle stattfindenden Prozesse: Reinigung, Patientenbegrüßung (Erstgespräch, Untersuchung, Behandlung, Terminierung, Rechnungsstellung etc.) gedanklich durchspielen und auf Vollständigkeit aller Utensilien überprüfen.

Facetten ab. Wer selbst einen Geschäftsplan für seine Praxisgründung erstellt hat, wird sich etwaiger Unsicherheiten, möglicher Gefahren, aber auch seiner Chancen auf allen Ebenen bewusst. Und kann rechtzeitig vorsorgen.

Der Geschäftsplan ist ein wertvolles Instrument ganzheitlicher Gründung bis hin zum Praxiserfolg.

Unternehmerpersönlichkeit

Der Heilpraktiker als Freiberufler arbeitet eigenverantwortlich und selbstbestimmt. Alle seine Ziele muss er selbstinitiativ erarbeiten und kontinuierlich bearbeiten. Merkmale und Fähigkeiten,

Kontakt



© Konstantin Gastmann – pixelio

wie Wille zum Erfolg, Selbstmotivation, hohe Frustrationstoleranz, Durchsetzungsstärke, Kommunikation, Kenntnis eigener Stärken (und Schwächen) sowie Verkaufskompetenz, sind wesentlich für nachhaltigen Erfolg und können reflektiert oder trainiert werden. Die wichtigste Fähigkeit ist das Selbstvertrauen, mit der eigenen Praxis regelmäßig genügend Patienten anziehen zu können und sich darüber bewusst zu sein, dass dies nicht über Nacht geschieht: Geduld und ein langer Atem sind vonnöten.

Therapiefreiheit und Patientennutzen, wertvolle Kompetenzen

Der Heilpraktiker arbeitet vor dem Hintergrund seiner Therapiefreiheit wie er möchte. Entscheidend für seinen Erfolg ist, die Probleme seiner Patienten zu erkennen und ihnen Leistungen zu bieten, die sie zu einer geordneten Lösung führen. Ziel ist der zufriedene Patient, der wiederkommt und Weiterempfehlungen ausspricht. Daher ist es sinnvoll, bei der Planung von Diagnose- und Therapieverfahren ein Augenmerk darauf zu haben, in welchen Angelegenheiten potenzielle Patienten die Praxis aufsuchen könnten – was nicht heißt, dass man keine neuen Verfahren am Markt etablieren dürfte. Alles ist möglich, wenn man Klienten findet, die einen wiederkehrenden Nutzen aus einem Angebot ziehen. Jedes Verfahren muss in die Sprache der Patientenbedürfnisse übersetzt werden, um Interesse zu wecken. Je ungewöhnlicher die eigene Geschäftsidee ist, desto länger kann es dauern, bis die Gewinnzone (Umsatz größer als Kosten) erreicht ist. Aber auch das ist kein Gesetz: Auf die Werbung und den vom Patienten erkannten Nutzen kommt es an.

Neben der medizinischen Seite ist eine Fortbildung im Umgang mit dem Gebührenverzeichnis für Heilpraktiker (GebÜH) und den Beihilfeverordnungen notwendig. Auch in berufspolitischen Fragen und rechtlichen Neuerungen ist aktuelles Wissen wichtig. Berufsverbände leisten hier wertvolle Arbeit. Ergänzt wird das Ganze durch selbstinitiiertes Einholen von Informationen über alle die eigene Arbeit betreffenden Entwicklungen.

Markt und wirksame Werbung

Der Markt ist der Ort, an dem sich Angebot und Nachfrage begegnen. Entgegen nicht auszurottender Gerüchte handelt es sich dabei keineswegs um ein Goldfischglas, in dem bei Einsetzen weiterer Fische alle verhungern müssten. Und auch nicht um ein Haifischbecken, in dem jeder Anbieter auf dem Gesund-

heitsmarkt in neidisch-gieriger Absicht an der nächsten Abmahnung bastelt. Er ist vielmehr ein Ort der Chancen. Stellt man sich ihn als Marktplatz vor, an dem alle potenziellen Klienten früher oder später vorbeikommen, wird klar, dass es darum geht, sich dort so sichtbar „aufzustellen“, dass man mit seinem Praxisangebot wahrgenommen wird. Und zwar so deutlich, dass nicht nur ein Aha-Interesse entsteht, sondern der Wunsch, das Dienstleistungsangebot genau dieses Heilpraktikers in Anspruch zu nehmen.

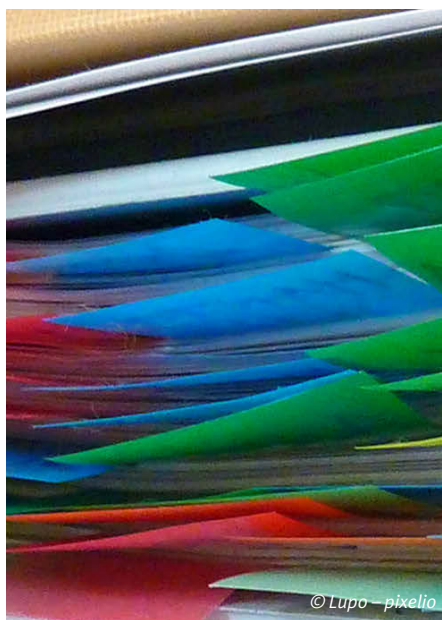
Es ist essenziell, Werbung aus Sicht der Bedürfnisse des potenziellen Patienten zu formulieren. Und nicht aus dem automatischen Selbstverständnis der eigenen Therapieverfahren oder des Berufs heraus oder aufgrund des ICD-10.

Es ist leider immer noch nicht allgemein bekannt, was alles von der Berufsgruppe der Heilpraktiker zum individuellen Nutzen angeboten wird! Nur wer um die vielfältigen hilfreichen Angebote in Therapie und Prävention weiß, kann sie gezielt nachfragen. Jede Praxiswerbung ist auch immer Öffentlichkeitsarbeit für den Berufsstand.

Ein zuverlässiges Mittel, auf seine Praxis aufmerksam zu machen, ist neben der direkten Weiterempfehlung (Bekanntenkreis, zufriedene Patienten) die regelmäßige Anzeigenwerbung im Einzugsgebiet der Praxis. Eine Webseite ist heute Pflicht. Der Domainname darf nicht suggerieren, man sei der einzige Heilpraktiker im Stadtteil, weil dies zu wettbewerbswidrigem Vorteil beim Suchmaschinenlisting führt.

Werbung muss wirksam sein, also die eigene Zielgruppe erreichen und zum Besuch der Praxis anregen. Gleichzeitig muss sie im Einklang mit rechtlichen Erfordernissen stehen. Das Heilmittelwerbe-gesetz (mit Anhang) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb sind grundlegend. Während das HWG den Patienten schützen soll, schützt das UWG den Mitbewerber. Informationspflichten für die Webseite sind im Telemediengesetz geregelt. Alle Gesetzestexte sind im Internet in ihrer neuesten Fassung verfügbar und sollten gründlich studiert werden.

Einige Regeln, Verbote bzw. ethisch-rechtliche Grauzonen lassen sich schwer überprüfen, da Rechtsprechungsdatenbanken (Sammlung Gerichtsurteile) schwer zugänglich sind, sodass etliche Gründer immer ein wenig verunsichert sind, ob sie das, was sie wollen, auch wirklich dürfen. Abmahnungen können übrigens nur von direkt betroffenen Konkurrenten (unter be-



© Lupo – pixelio

stimmten Bedingungen) rechtswirksam ausgesprochen werden. Wer nicht mit „Gesundheit“, Heilversprechen, Ängsten oder Erfolgsthemen wirbt oder sich gegenüber seinen Mitbewerbern als „Einzigster“ oder „Bester“ oder „staatlich geprüft“ präsentiert, hat schon das meiste richtig gemacht.

Honorar und notwendige Anzahl Behandlungsfälle

Heilpraktiker-Honorare werden grundsätzlich frei vereinbart. Das eigene existenzsichernde Durchschnittshonorar wird (über den Daumen gepeilt) ermittelt, indem alle Praxis- und privaten Kosten (ein Jahr) addiert und durch 12, dann durch 30 oder 40 (je nach Anzahl der erwarteten Patienten) geteilt werden. Diese Zahl vergleicht man mit dem ortsüblichen Satz, also dem Honorar der Kollegen in der Umgebung. Oder man orientiert sich an den Kosten für eine Meisterstunde.

Vorsicht vor zu niedrigen Honoraren. Sie verzögern das Erreichen der Gewinnzone und sind später schwer anzuheben.

Sie sind außerdem kein Ausdruck für Qualität. Suchen tatsächlich 30 bis 40 Patienten pro Monat die Praxis regelmäßig zu diesem Honorar auf, ist die Gründung gelungen.

Das GebüH ist neben den Beihilfeverordnungen Abrechnungsstandard, trotz



seit 30 Jahren unveränderter Honorare. Nicht alles, was der Heilpraktiker anbietet, ist erstattungsfähig. Wer mit nicht erstattungsfähigen Verfahren arbeitet, schließt z. B. mit Privatversicherten einen Behandlungsvertrag (Basis fester Stundensatz oder eigene Honorartabelle). Viele Patienten bezahlen gern für wertvolle Therapien, die ihnen helfen, ihren Gesundheitszielen näher zu kommen. Privatversicherte und Beihilfempfeänger müssen gemäß Patientenrechtegesetz schriftlich (mit Unterschrift) über die Behandlungskosten aufgeklärt werden, wenn eine vollständige Erstattung der Versicherungsträger nicht sicher ist (das ist sie nie). Dabei muss nicht die eigene Honorarstruktur offengelegt werden, sondern es können mögliche Zuzahlungsbeträge angegeben werden. Notfalls € 0 bis € <tatsächliches Honorar>: Dann reicht der Patient die

erste Rechnung sofort ein und kann wieder (etwas) entspannen. Was sich unangenehm und zeitaufwändig anhört, schafft dem Patienten gegenüber Vertrauen: Er weiß, was auf ihn zukommt, und dass nur im Versicherungsfall „Krankheit“ eine Erstattung überhaupt möglich ist.

Persönliches Umfeld, Burn-out-Prävention

Familie und Freunde wissen nicht, wie viel Zeit und Einsatz der Gründungsprozess beansprucht. Daher ist es zu empfehlen, sich rechtzeitig der entsprechenden emotionalen und anderweitig tatkräftigen Unterstützung seiner Lieben zu versichern.

Für den Gründer mag der Hinweis auf Pausen und Erholungszeiten absurd klingen. Wir arbeiten selbst, und das ständig. Aber was wir unseren Patienten zur Burnout-Prävention raten, sollten wir auch selbst befolgen!

Swantje Kallenbach
Milchstraße 14
81667 München

heilpraktiker-existenzgruendung.hp-coach.de

Weiterführende Literatur

Swantje Kallenbach: *Existenzgründung banal – Schritt für Schritt zur eigenen Heilpraktiker-Praxis über alle 6 Felder der Existenzgründung*. Shaker Media, Aachen, 2. Auflage, 2011

Hinweis der Redaktion

Der vorliegende Artikel von Swantje Kallenbach ist Teil der Sonderpublikation „Natur & Praxismanagement“. Sie wird exklusiv für Natur-Heilkunde Journal- und CO.med-Leser in der September-Ausgabe als Beilage erscheinen. Weitere Themen sind: Steuern und Versicherung, Mietverträge, Arbeitsrecht, Praxiseinrichtung und -bedarf, Marketing.