

Wie Marktpositionierung  
und Außenauftritt  
über Nachfrage  
entscheiden



# Warum man deine Praxis versteht – oder übersieht

Viele Physiotherapiepraxen leisten fachlich hervorragende Arbeit. Die Behandlungen sind wirksam, das Team engagiert, die Patienten gut betreut. Trotzdem zeigt sich im Alltag ein bekanntes Bild: Während einige Praxen mit schwankender Auslastung, unpassenden Anfragen oder Schwierigkeiten bei der Mitarbeitergewinnung kämpfen, sind andere konstant gefragt, arbeiten mit Wartelisten und werden regelmäßig weiterempfohlen.

## **Gute Arbeit allein reicht nicht**

Der Unterschied liegt dabei nur selten in der therapeutischen Qualität. Er entsteht vielmehr in der Wahrnehmung am Markt. Denn eine Praxis wird nicht nur nach dem bewertet, was sie intern leistet, sondern insbesondere nach dem, was nach außen sichtbar und verständlich wird.

## **Marktpositionierung als Grundlage unternehmerischer Klarheit**

Im Praxisalltag wird Positionierung häufig mit Marketing gleichgesetzt – mit Website, Logo oder Social Media. Tatsächlich beginnt sie jedoch deutlich früher.

Sie beschreibt die inhaltliche Ausrichtung einer Praxis: Wofür steht sie und welche Patienten spricht sie gezielt an? Damit ist sie eine strategische Entscheidung.

Diese Klarheit beeinflusst den Alltag direkt: Leistungen, Kommunikation und Erwartungen werden davon geprägt. Der Außenauftritt ist nicht der Ursprung, sondern die sichtbare Folge.

**Wenn Klarheit fehlt, entsteht keine Ablehnung – sondern Unsichtbarkeit**

Viele Praxen verfolgen bewusst einen breiten Ansatz, um möglichst viele Patienten anzusprechen. Im Markt führt das jedoch häufig nicht zu mehr Nachfrage, sondern zu geringerer Wahrnehmung.

Denn ohne erkennbares Profil bleibt eine Praxis für Außenstehende schwer greifbar. Sie wird nicht aktiv abgelehnt – sie wird schlicht nicht erinnert. Für Patienten entsteht kein klares Bild, für Empfehlungen keine konkrete Aussage, für potenzielle Mitarbeitende kein identitätsstiftender Eindruck. In diesem Sinne geht es bei Positionierung weniger um Abgrenzung als um Relevanz. Eine Praxis, die klar erkennbar ist, wird eher wahrgenommen – und damit auch eher gewählt.

**Der Außenauftritt als erste Erfahrung mit der Praxis**

Der Außenauftritt macht diese Klarheit sichtbar. Website, Bilder und Sprache vermitteln schon vor dem ersten Kontakt ein Gesamtbild.

Dabei geht es nicht nur um Professionalität, sondern auch darum, ob sich jemand wiederfindet. Wirkt die Darstellung authentisch? Spiegelt sie die reale Arbeit wider?

Gerade im Gesundheitsbereich entstehen Entscheidungen früh und oft intuitiv. Ein konsistenter Auftritt schafft Vertrauen, ein uneinheitlicher erzeugt Unsicherheit.

**Sichtbarkeit durch Wiedererkennbarkeit**

Viele Praxen setzen auf mehr Aktivität – mehr Inhalte, mehr Beiträge. Entscheidend ist jedoch die inhaltli-

che Klarheit. Eine Praxis wird wahrgenommen, wenn sie wiedererkennbar ist. Das bedeutet eine klare Linie über alle Kontaktpunkte hinweg. Wer verständlich kommuniziert, wird schneller eingeordnet – und bleibt im Gedächtnis.

**Typische Herausforderungen im Praxisalltag**

Oft ist der Außenauftritt über Jahre gewachsen, ohne klare Gesamtlinie. Gleichzeitig hat sich der Anspruch verändert: Neben Patienten rücken potenzielle Mitarbeitende stärker in den Fokus. Sie achten darauf, ob sie sich in Haltung und Arbeitsweise wiederfinden.

Auch Aktualität spielt eine Rolle. Ein veralteter Auftritt signalisiert schnell Stillstand – unabhängig von der tatsächlichen Qualität.

**Wirkung einer klaren Positionierung**

Praxen mit klarer Positionierung berichten häufig von spürbaren Veränderungen: passendere Anfragen, höhere Wertschätzung der Leistungen und stärkere Identifikation im Team.

Zudem erleichtert eine klare Ausrichtung Entscheidungen im Alltag. Positionierung wirkt damit nach außen und innen.

**Weiterentwicklung als Prozess**

Positionierung ist kein einmaliges Projekt. Praxen entwickeln sich fach-

lich und strukturell weiter – und der Außenauftritt sollte das widerspiegeln.

Regelmäßige Überprüfung und Anpassung sind entscheidend, um weiterhin klar und zeitgemäß zu bleiben.

**Fazit: Klarheit schafft Orientierung und Nachfrage**

Marktpositionierung und Außenauftritt sind keine isolierten Marketingmaßnahmen. Sie sind Ausdruck unternehmerischer Klarheit. Praxen, die klar zeigen, wofür sie stehen, werden leichter verstanden – und häufiger gewählt.

Dieses Thema ist Teil des Handlungsfeldes „Marktpositionierung & Außenauftritt“ innerhalb der 360° Praxisentwicklung. Das Konzept unterstützt Praxisinhaber dabei, ihre aktuelle Situation strukturiert zu analysieren, klare strategische Entscheidungen zu treffen und ihre Praxis gezielt weiterzuentwickeln.

**AUTOREN**

Peter Eichstaedt ist Unternehmer, Inhaber und Geschäftsführer von E+S | YOLii.



Carsten Löwenkamp ist Inhaber von 3 Praxen, Coach und Berater.



**EINORDNUNG IN DIE 360° PRAXISENTWICKLUNG**

Dieses Thema ist Handlungsfeld 3 von 10 der 360° Praxisentwicklung. Die 360° Praxisentwicklung bietet:

- › einen strukturierten Selbstcheck über alle zehn Handlungsfelder,
- › ein Workbook mit Reflexionsfragen und Praxisübungen
- › sowie ein KI-gestütztes Tool zur individuellen Praxisentwicklung.

Über den QR-Code erhalten Sie Zugang zu Workbook, Selbstcheck und KI-Tool.

