

Dieses Abstract entstand im Rahmen eines Planspiels für Medizinstudierende im Kurs "Arzt und Unternehmer" der Ludwig-Maximilians-Universität im Wintersemester 2013/2014. Die Namen und sonstigen Angaben sind fiktiv.

Businessplan



Internistisches Zentrum

**Dr. med. Johannes Stintzing – Dr. med. Janina Klingler
- Kardiologie – Endokrinologie – Diabetologie -**

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Executive Summary	Seite 4
2. Die Geschäftsidee	Seite 5
2.1. Wettbewerbsvergleich	Seite 5
2.2. Patientennutzen	Seite 5
3. Das Unternehmen	Seite 6
3.1. Die Ärzte	Seite 6
3.2. Standort	Seite 7
3.3. Zeitrahmen	Seite 7
3.4. Rechtsform	Seite 7
3.5. Leistungsspektrum	Seite 7
3.6. Medizinische Geräte	Seite 8
3.7. IGeL	Seite 9
3.8. Öffnungszeiten	Seite 10
4. Marketing	Seite 11
4.1. Allgemeine Maßnahmen	Seite 11
4.1.1. Coporate Design	Seite 11
4.1.2. Internetauftritt	Seite 12
4.1.3. „Klassische“ Werbung	Seite 12
4.1.4. „Mundpropaganda“	Seite 12
4.2. Arzt-Patienten & Arzt-Arzt Marketing	Seite 13
4.3. Erwartungen	Seite 14
5. Marktanalyse	Seite 15
5.1. Ort/Bevölkerung	Seite 15
5.2. Verkehrsanbindung	Seite 15
5.3. Aussichten	Seite 15
5.4. Medizinische Versorgung	Seite 16
6. Organisation & Praxisausstattung	Seite 16
6.1. Organisation	Seite 16
6.1.1. Ärzteteam	Seite 16

6.1.2. Personal	Seite 16
6.2. Raumausstattung	Seite 19
6.2.1. Eingangsbereich	Seite 19
6.2.2. Wartezimmer	Seite 19
6.2.3. Patiententoilette	Seite 19
6.2.4. Labor	Seite 20
6.2.5. Behandlungszimmer	Seite 20
6.2.6. Personalbereich	Seite 20
6.2.7. Büro	Seite 20
7. Finanzplanung & Finanzplan	Seite 21
7.1. Absatzplanung	Seite 21
7.2. Gewinn- und Verlustplanung	Seite 23
7.3. Kostenplanung	Seite 25
7.4. Liquiditätsplanung	Seite 26
7.5. Ergebnisplanung	Seite 28
8. Chancen & Risiken	Seite 28
9. Ethik	Seite 29

1. Executive Summary

Unsere Geschäftsidee ist die Gründung eines Internistischen Zentrums der Kardiologie, Endokrinologie und Diabetologie in der Kreisstadt Erding.

Die Praxisphilosophie „Ankommen.Wohlfühlen.Drankommen“ spiegelt den ganzheitlichen Behandlungsansatz sowie die Nähe zum Patienten wider.

Die Gemeinschaftspraxis wird als Partnergesellschaft von Dr. med. Janina Klingler, Fachärztin für Innere Medizin und Endokrinologie / Diabetologie, und Dr. med. Johannes Stintzing, Facharzt für Innere Medizin / Kardiologie, ab dem 07.01.2015 eröffnet.

Da es sich hierbei um eine Praxisneugründung im Planungsbereich München handelt, wir aber von keinem ortsansässigen Kardiologen und Endokrinologen eine Praxis übernehmen, legen wir unseren Hauptfokus der ersten Jahre auf eine nachhaltige Patientengewinnung.

Um das finanzielle Risiko zu minimieren, erwerben wir zuerst eine volle Zulassung ,jeweils hälftig mit der Spezialisierung Kardiologie und Endokrinologie und beabsichtigen ab dem zweiten Jahr den Erwerb einer zweiten Vollzulassung, wieder hälftig für die beiden jeweiligen Fachrichtungen.

Aufgrund optimierter Kostenanpassung und kontinuierlicher Steigerung von Patientenzahl und Umsatz werden wir die Gewinnschwelle gegen Ende des zweiten Jahres erreichen.

Wir sehen unser Potential in der Behandlung einer stetig steigenden Patientenzahl mit kardiovaskulären und diabetologischen Symptomen sowie chronischen Krankheiten und Multimorbidität.

Prävention chronischer Krankheiten steht deshalb in jüngeren Altersgruppen entscheidend im Vordergrund und lässt sich durch Schulungen in ortsansässigen Vereinen und Schulen umsetzen. Zusätzlich werden Igel-Leistungen angeboten.

Durch die langjährige Klinik­tätigkeit beider ortsansässiger Ärzte ist der Bekanntheitsgrad beim potentiellen Patientenstamm vorhanden.

Das Erstellen von Werbeanzeigen in der lokalen Zeitung, Flyer, eine Eröffnungsveranstaltung „Tag der offenen Tür“ und Kooperationen mit Fitnesscenter und Sportvereinen dient der Gewinnung weiterer Patienten.

Das einheitliche Praxiserscheinungsbild wird durch Logo, Personalkleidung, Internetauftritt mit Suchmaschinenfunktion, wiedergegeben.

Des weiteren dient als Zuweiser das Kreiskrankenhaus sowie fachferne Kollegen.

Wir werden dieses Konzept, dessen Hauptfokus und -schwierigkeit darin besteht Patienten zu gewinnen und an sich zu binden, ab dem 3. Jahr nachhaltig zum Erfolg führen.