



Ludwig-Maximilians-Universität



Kurs „Arzt und Unternehmer“

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

Praxis mit neuen Medien

Patientenversorgung im 21. Jahrhundert

Ein Projekt von...

Yolande Gravot, Martin Gräbeldinger, Felix Heine,
Katharina Neuer, Cornelius Thaiss, Barbara Thun

„Der gute Arzt operiert nicht nur mit seiner Hand, sondern auch mit seinem Herzen.“

Alexandre Dumas (1824 - 1895),
französischer Schriftsteller

INHALTSVERZEICHNIS

1. Executive Summary	3
2. Geschäftsidee	5
a. Basisleistungsspektrum	5
b. Individuelle Gesundheitsleistungen (IGEL)	6
c. Individuelle Leistungen mit digitalen Medien	6
d. Patientennutzen und Alleinstellungsmerkmale	6
3. Unternehmen	8
a. Die Ärzte	8
b. Ablauf der Übernahme und Geschäftserwartungen	9
c. Rechtsform der Praxis	10
d. Öffnungszeiten	11
4. Marktanalyse	12
a. Markt und Wettbewerbsuntersuchung	12
5. Marketingstrategie	15
a. Corporate Design	15
b. Internetaktivitäten	16
c. Beziehungsmarketing Arzt-Patient	16
d. Netzwerk	16
e. Klassische Werbung	17
6. Organisation und Ausstattung	18
7. Finanzplan und Finanzierung	21
a. Absatzplan	21
b. Umsatz- und Gewinnentwicklung	21
c. Liquiditätsplan	22
d. Eigenkapital-Finanzierung	22
8. Chancen und Risiken	25
9. Ethik	26
10. Anlagen	27

1. EXECUTIVE SUMMARY

Geschäftsgegenstand der Gemeinschaftspraxis MediFemina ist die Beratung, Diagnostik und Therapie im Fachbereich der Gynäkologie. Geplant ist die Übernahme einer gynäkologischen Gemeinschaftspraxis mit bestehendem Patientenstamm in Oberschleißheim.

Die Geschäftsidee beruht auf dem Leitgedanken, die Effizienz und den Patientenservice zu erhöhen, indem die Patientinnen gezielt durch den Einsatz von digitalen Medien mit in die diagnostischen und therapeutischen Abläufe einbezogen werden. Darüber hinausgehend sollen den Patientinnen personalisierte Informationen bereitgestellt bekommen, die sie für bestimmte Themen sensibilisieren und so zur Krankheitsprävention beitragen.

Im Praxiskonzept spielen **weitere Dienstleistungen** wie personalisierte, interaktive Informationen im Wartezimmer, ein „erweiterter“ Wartezimmerservice sowie schwangerschaftsbegleitende Physiotherapie- und Yoga-Angebote eine entscheidende Rolle, um eine ganzheitliche Patientenversorgung zu gewährleisten.

In Oberschleißheim leben rund 12.500 Einwohner, davon etwa 6.200 Frauen, die potentielle Patientinnen unserer gynäkologischen Gemeinschaftspraxis sind. Das **Marktpotential** ergibt sich damit aus den bereits bestehenden 1200 Patientinnen der zu übernehmenden Arztpraxis, aus den weiteren in Oberschleißheim wohnhaften Frauen, sowie den in den erweiterten umliegenden Stadtteilen potentiellen Patientinnen, die wir von unserem Praxiskonzept überzeugen können. Darüber hinaus sind 90% der Arbeitsplätze von Einpendlern besetzt (ca. 5000 Einpendler), die wir ebenfalls versuchen an unsere Praxis zu binden. Mithilfe einer weitgreifenden und effektiven **Marketingstrategie** schaffen wir uns neue Patientinnen und binden sie an unserer Praxis. Dies erfolgt einerseits über unser Auftreten innerhalb der Praxis aber auch außerhalb: durch unseren Internetauftritt, unser Netzwerk, medizinische Kolumnen und vieles weiteres.

Das **Leistungsangebot** der gynäkologischen Gemeinschaftspraxis umfasst neben den üblichen gynäkologischen allgemein-fachspezifischen Praxisleistungen wie beispielsweise der Ultraschalldiagnostik, der Krebsfrüherkennung, der Wechseljahrsbeschwerdentherapie, der Urogenitaltherapie oder der Osteoporosebehandlung auch weiterführende exklusive Leistungen, die uns von anderen Wettbewerbsteilnehmer unterscheiden:

- Schwangerschaftsbegleitung mittels Telemedizin
- personalisierte (Therapie-)Betreuung durch individualisierte digitale Infopakete
- Weiterbildungsangebote für werdende Mütter und Väter
- praxisbegleitendes Physiotherapieangebot
- Schwangerschaftsyoga und progressive Muskelrelaxationsübungen
- „Erweiterter“ Wartezimmerservice durch Informationsvermittlung auf Tablets Die weiterführenden Praxisleistungen zählen teilweise zum inklusiven Service unserer Praxis für die Patienten, teilweise zu dem Leistungsspektrum für Privatpatienten. Wir erwarten hier, dass mit dem wachsenden Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung auch die Bereitschaft zunimmt, in individuelle und personalisierte Gesundheitsleistungen zu investieren.

Zur Umsetzung der Geschäftsidee wollen der Arzt Dr. med. Grau und die Ärztinnen Dr. med. Haus und Dr. med. Kittel zusammenarbeiten. Letztere werden sich eine Zulassung zu je 50% teilen.

Die Ärzte werden von dem bereits etablierten kompetenten **Praxisteam**, bestehend aus Frau Müller, Frau Maier, Frau Mandler und Frau Merkle unterstützt.

Zur Praxisgründung ist mit einem voraussichtlichen **Kapitalbedarf** von 280 TEUR zu rechnen. Für das erste Geschäftsjahr ist ein Jahresumsatz in Höhe von 280 TEUR geplant, der im zweiten Geschäftsjahr auf 6300 TEUR und im 3. Geschäftsjahr auf 780 TEUR steigen wird. Der Anlaufverlust entwickelt sich dabei von initial -22 TEUR auf einen erwirtschafteten Überschuss von 335 EUR und 420 EUR im zweiten und dritten Geschäftsjahr, sodass bereits zu Beginn des zweiten Geschäftsjahres mit dem Break-even zu rechnen ist.