



## Gründungskonzept für Heilpraktiker

Gut geplant ist halb gewonnen.

Nehmen Sie sich Zeit für diesen Fragebogen und füllen Sie ihn in Ruhe aus.

Dieser Fragebogen wird Ihnen gute Hilfe leisten und dazu beitragen, alle Aspekte Ihrer Tätigkeit zu beleuchten. Ohne ein gutes und durchdachtes Konzept, wird eine Praxisgründung in den seltensten Fällen gelingen.

Gerne können Sie Ihre Antworten auch in eine Word-Datei schreiben. Deshalb sind alle Fragen durchnummeriert.

Mit diesem Konzept als Grundlage kann Ihre Vision Wirklichkeit werden.

Gerne können Sie mich kontaktieren, um gemeinsam die nächsten Schritte zu planen.

Für Inhaber dieses Praxiskonzeptes biete ich ein 1 stündiges Strategiegelgespräch inkl. Auswertung zu einem Sonderpreis von 90 € zuzüglich Umsatzsteuer an.

### Ihre Daten:

Unternehmen:	
Unternehmensgegenstand:	
Inhaber:	
Praxisgründung voraussichtlich am:	
Geburtsdatum:	
Adresse:	



## Ist-Analyse:

1. Was ist Ihre Gründungsidee? Beschreiben Sie diese in 3 – 4 Sätzen

---

---

---

---

---

2. Was ist mein Gründungsmotiv? **Warum** sind Sie Heilpraktiker geworden. Es gibt verschiedenste Gründe: Arbeitslosigkeit, Familie, ... Was ist Ihr Grund? Welche Grundbedürfnisse soll die Selbständigkeit bedienen?

Auch wenn man aus den „falschen“ Gründen gründet, ist es nie zu spät, weitere Gründe zu suchen. Oft liegen noch versteckte Gründe im Unbewussten.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Welches Ziel hat Ihre Praxis /Ihr Unternehmen? (Gewinn, Selbstwert, Heilung, Wissen vermitteln....)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Claudia Hönig<sup>SG</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

---

---

4. Wie lautet der Leitspruch Ihrer Praxis? (Ihr Lebensmotto). Diese können Sie auch ruhig erst mal im Entwurf niederschreiben.

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Was ist Ihr Unternehmensleitbild? Wenn Sie ein Fremder fragt, was möchten Sie Ihm am liebsten erzählen? Wo möchten Sie später sein? Was möchten Sie anbieten und weitergeben?

(Bsp. Ich führe eine HP Praxis speziell für Hautgesundheit. Willkommen ist jeder, der eine Erkrankung der Haut aufweist, speziell aber Kleinkinder mit Neurodermitis. Ich konnte für die Zusammenarbeit einen Dermatologen und einen Schmerztherapeuten gewinnen. Ich arbeite X Stunden in der Woche.)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Vision:

6. Leiten Sie aus Ihrem Unternehmensleitbild Ihre Vision ab.

Eine Vision ist die motivierende, positiv-formulierte Vorstellung des Zustandes, den Sie erreichen wollen. Eine Vision ist immer nach außen gerichtet. Eine Vision sollte begeistern, anstecken. Sie gibt eine Richtung vor, sie malt ein Bild von der Zukunft und erklärt Ihr Warum. Eine Vision zeigt eine wünschenswerte Verbesserung der Situation und drückt einen Kundennutzen aus. Eine Vision darf sich entwickeln.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Angebot:

7. Welche besonderen Fähigkeiten und welches Wissen haben Sie bereits? (Auch Persönlichkeit, vorheriger Beruf, Familie, Hobby)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Claudia Hönig<sup>SG</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

8. Was genau möchten Sie anbieten?

---

---

---

---

---

---

---

9. Welche Behandlungsmethode(n) hat/haben Sie schon immer am meisten fasziniert und warum?

---

---

---

---

---

---

---

10. Welche Behandlungsmethoden haben Sie erlernt und warum?

---

---

---

---

---

---

---

11. Wo könnte Ihr Geschäftsfeld liegen? (Dieses passen Sie später an Ihre Zielgruppe an)

---

---

---

---

---

---

---



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

## Unternehmerpersönlichkeit:

### 12. Ihre „Unternehmerpersönlichkeit“

Prüfen Sie Ihren Unternehmercharakter. Folgende Merkmale sollten Sie besitzen oder ausweiten:

Organisationstalent, Leistungsorientierung, Disziplin, Unabhängigkeit beziehungsweise die Fähigkeit zum eigenständigen Arbeiten, Risikobereitschaft, Emotionale Stabilität, Zielstrebigkeit, Lernfähigkeit, Innovationskraft beziehungsweise Kreativität, Anpassungsfähigkeit, Durchsetzungskraft, Streben nach Verbesserung.

Wo haben Sie noch Verbesserungsbedarf und wie werden Sie diese Verbesserungen angehen? Fragen Sie auch andere Personen, wie diese Sie bei den obigen Merkmalen sehen. Oft weicht unsere Vorstellung von der „Außenansicht“ ab.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 13. Ihr Auftreten und Ihre Wirkung auf den Kunden/Patienten.

Ist Ihr Auftreten unsicher oder verschlossen? Achten Sie auf die Zeiteinteilung? Sind Sie zuverlässig? Beobachten Sie sich selbst oder Fragen Sie andere Personen, wie Sie sie empfinden. Wie muss Ihr Auftreten sein, damit es zu Ihrer Selbständigkeit/Ihrer Vision passt?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

14. Welche Gefühle haben Sie, wenn Sie an Ihre Selbständigkeit denken? Welche Gedankensätze begleiten Sie? Auch wenn Sie sich unsicher sind. Schreiben Sie diese Sätze auf. Bitte schreiben Sie sowohl die positiven als auch die negativen Gefühle auf.



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

15. Welche Wissen/Informationen/Weiterbildungen benötigen Sie für Ihre Vision und Unternehmerpersönlichkeit noch? Bitte tragen Sie dafür feste Zeiten in Ihren Kalender ein.

---

---

---

---

## Zielgruppe:

16. Was ist Ihre Zielgruppe für Ihr Angebot?

Oft höre ich, meine Zielgruppe sind Alle mit z. B. Rückenschmerzen. Leider hilft uns diese Zielgruppendefinition nur bedingt weiter.

Warum? Entscheidung für unseren Erfolg ist die Kundenzufriedenheit. Die erreichen wir aber nur, wenn unsere Zielgruppe zu uns passt. Deshalb ist die Auseinandersetzung mit der Zielgruppe so entscheidend.

Meist sind wir unserer Zielgruppe auf höheren Ebenen ähnlich: Zugehörigkeit, Charakter, Werte und Glauben, eventuell Hobbies oder auch Bildungsstand und Einkommen. Man sagt nicht umsonst: Gleich und Gleich gesellt sich gerne.

Um Ihre Zielgruppe zu finden versetzen Sie sich in Ihre spätere Praxis. Welche Menschen sollen zu Ihnen kommen? Oder kommen bereits zu Ihnen? Wem können Sie wirklich gut helfen? Wer lässt sich von Ihnen helfen? Versetzen Sie sich selbst ein wenig in Trance und

© Claudia Hönig 2020



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

gehen Sie in Ihr eigenes Wartezimmer. Dort sitzen 5 Kunden/Patienten. Fühlen Sie sich wohl, mit diesen Menschen? Wenn nicht werfen Sie die raus, die nicht passen, und bitten Sie Menschen herein, mit denen Sie etwas bewirken möchten.

Schreiben Sie nun alles auf, was Ihnen zu den Kunden einfällt. Erstellen Sie für jeden Kunden einen eigenen „Avatar“ auf einem extra Zettel. Folgende Fragen mögen Ihnen helfen.

- Alter
- Geschlecht
- Familienstand (Single/Partner/Kinder)
- Wohnort und Umkreis (Wie weit fahren meine Kunden zu mir?)
- Bildungsstand
- Beruf
- Einkommen
- Hobbies/Freizeit/Vergnügen/Reisen
- Haustiere?
- Kleidungsstil?
- Motivation
- Politische Meinungen oder sonstige Interessen
- Wünsche/Bedürfnisse/Probleme
- gelebte Werte/Charakter
- Lebensstil
- Welchen Preis können meine Kunden zahlen?
- Welches Problem kann ich bei meinen Kunden richtig gut lösen?

Aus diesen „Avataren“ erstellen Sie später Ihre Marketingpläne.

17. Um die Zielgruppe besser bestimmen zu können, betrachten Sie auch die Patienten, die Sie schon hatten, und die sie erfolgreich behandelt haben. Erstellen Sie aus den wichtigsten Patienten auch Ihren „Avatar“

---

---

---

---

---

---

---

---

18. Falls Sie auch Misserfolge hatten: Woran lag es? Was können Sie verbessern, haben Sie verbessert? Wie haben Sie damals reagiert? Was würden Sie heute tun? Passten diese Personen in Ihre Zielgruppe?





# Claudia Hönig<sup>SG</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

---

---

---

---

---

---

---

---

19. Welche speziellen Leistungen können Sie Ihrer Zielgruppe anbieten? Je mehr Sie sich spezialisieren, umso besser.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

20. Welche Erkrankungen/Probleme hat Ihre Zielgruppe? Welche Informationen braucht diese Gruppe? (Krankheit, Ursachen, Heilungsverlauf, etc.)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

21. Welche Wünsche hat Ihre Zielgruppe noch? Was können Sie noch anbieten?

---

---

---

---



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

---

---

---

---

---

## Standortprüfung:

Auch als Heilpraktiker müssen Sie eine Marktanalyse durchführen. Sie werden große Schwierigkeiten haben, erfolgreich zu sein, wenn Sie sich an einem Ort niederlassen, in deren unmittelbarer Nähe ein weiterer Heilpraktiker bereits gleiche oder ähnliche Dienste anbietet.

Unterschätzen Sie Ihren Standort nicht. Allein am falschen Standort scheitern vielen Unternehmen.

22. Wo befindet sich Ihre Praxis? Ist eine Gemeinschaftspraxis?

---

---

---

23. Wie unterscheidet meine Praxis sich von den bereits bestehenden Praxen in der Umgebung? Kann ich etwas anbieten, was diese nicht haben (unique selling proposition)?

---

---

---

---

---

---

---

24. Ist Ihre Praxis gut erreichbar? Gibt es dort Parkplätze? Ist Ihre Praxis einladend?

---

---

---

25. Entsprechen meine Praxisräume den Vorschriften des Gesundheitsamtes?

---

---

---



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

26. Sind meine Räume genehmigt (Wohngebiet?)

---

---

---

## Praxiseröffnung:

Eine Praxis zu eröffnen kostet viel Zeit, Energie und Geld. Überlegen Sie sich daher gut, wann der richtige Zeitpunkt dafür ist. Informieren Sie Ihre Freunde und Familie. In der Zeit zählt jede Unterstützung, die Sie kriegen können.

27. Haben Sie genug Freiraum und Luft für eine Praxisgründung? Bedenken Sie, dass Sie viel Zeit für die Gründung brauchen. Was müssen Sie aufgeben, um diese Zeit zu haben?

Wann wollen Sie Ihre Praxis eröffnen? Ist dieser Zeitpunkt passend? Warum gerade dieser Zeitpunkt?

---

---

---

---

---

---

---

## Internet:

28. Mit welchen Suchbegriffen wollen Sie im Internet gefunden werden? (Bitte nur eines pro Zeile) Nehmen Sie sich Zeit. Die Reihenfolge ist nicht wichtig, die einzelnen Wörter schon. Synonyme können in eine Zeile geschrieben werden.

1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_

5 \_\_\_\_\_



# Claudia Hönig<sup>SG</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

- 6 \_\_\_\_\_
- 7 \_\_\_\_\_
- 8 \_\_\_\_\_
- 9 \_\_\_\_\_
- 10 \_\_\_\_\_
- 11 \_\_\_\_\_
- 12 \_\_\_\_\_
- 13 \_\_\_\_\_
- 14 \_\_\_\_\_
- 15 \_\_\_\_\_
- 16 \_\_\_\_\_
- 17 \_\_\_\_\_
- 18 \_\_\_\_\_
- 19 \_\_\_\_\_
- 20 \_\_\_\_\_
- 21 \_\_\_\_\_
- 22 \_\_\_\_\_
- 23 \_\_\_\_\_
- 24 \_\_\_\_\_
- 25 \_\_\_\_\_
- 26 \_\_\_\_\_
- 27 \_\_\_\_\_
- 28 \_\_\_\_\_
- 29 \_\_\_\_\_
- 30 \_\_\_\_\_

Die Liste können Sie später erweitern. Für den Anfang sind 30 Worte Arbeit genug.



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

## Kosten-Nutzen-Analyse:

Auch wenn Heilpraktiker sein Ihre Berufung ist, Geld verdienen ist auch wichtig, damit das System von Geben und Nehmen erhalten bleibt. Wenn Sie immer nur arbeiten und dabei nichts verdienen, werden Sie irgendwann die Lust verlieren. Deshalb ist es so wichtig, über Einnahmen und Ausgaben zu sprechen und diese auch detailliert aufzuschreiben. Hier zählen nur die Fakten.

29. Kann ich mir eine Praxis leisten? (Habe ich noch andere Einkünfte, welche?)

---

---

---

---

---

---

---

---

30. Welche Ausgaben habe ich? (Miete, Kredit, Behandlungsinstrumente, etc.), Bitte zählen Sie ALLES detailliert auf. Viele Praxen müssen aus diesem Grund aufgeben, weil sie nicht auf die Ausgaben geachtet haben.

---

---

---

---

---

---

---

---

31. Wie viel Zeit möchte ich in die Praxis investieren (Teilzeit/Vollzeit)?

---

---

---

---



32. Welcher anderen Tätigkeit gehe ich noch nach, um meine Selbständigkeit zu finanzieren?

---

---

---

---

33. Wenn Sie Ihre Ausgaben zusammenzählen und Ihre gewünschte Arbeitszeit anschauen, welchen Stundenlohn müssen! Sie nehmen und nicht pleite zu gehen?

---

---

---

---

## Versicherungen, Ordnung und Struktur

Hier gilt der Leitspruch: Wer Ordnung hält, ist nur zu faul zum Suchen. Stimmt genau, weil Ihre Zeit so kostbar ist, dass Sie sie nicht mit Suchen verschwenden sollten. Deshalb ist es wichtig, von Anfang an ein gutes System zu haben, das wirklich funktioniert.

34. Welche Versicherungen für meine Praxis habe ich/brauche ich noch? (eine Berufshaftpflichtversicherung ist zwingend erforderlich).

---

---

---

---

35. Wer erledigt meine Buchhaltung? Kann ich mich darauf verlassen?

---

---

---

---

36. Wie führe ich meine Kundenkartei? (Machen Sie es von Anfang an richtig. Eine Umstellung ist eine Riesearbeit, glauben Sie mir).



# Claudia Hönig<sup>SG</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

---

---

---

---

37. Habe ich eine Struktur in meiner Praxis? (Kalender, Aktenaufbewahrung, etc.) Das gleiche gilt hier. Fangen Sie von Anfang an richtig an.

---

---

---

---

38. Möchten Sie mit einer Software arbeiten? Haben Sie schon eine?

---

---

---

---

## **Nach der Praxiseröffnung:**

39. In den allermeisten Fällen zahlen Ihre Kunden Ihre Leistungen aus eigener Tasche. Im unbewussten möchten Ihre Kunden dann auch meist eine „andere Behandlung“ als beim Hausarzt. Was möchten Sie tun, damit sich Ihre Kunden wohlfühlen und wiederkommen?

---

---

---

---

---

---

---

---

## **Und nun?**

Kommen Sie ins „Tun“. Alle Theorie ist grau. Gründen Sie mit kleinem Budget und prüfen Sie so, ob Ihre Ideen in der Welt bestand haben.



# Claudia Hönig<sup>g</sup>

Die Unternehmensberatung für Heilberufe

Erstellen Sie anhand dieses Gründungskonzeptes eine to do Liste mit den ersten 90 Aufgaben. Verpflichten Sie sich, jeden Tag eine Aufgabe abzuarbeiten. Machen Sie Ihre Selbständigkeit zu Ihrer obersten Priorität.

Suchen Sie sich ehrliche, vertrauensvolle Unterstützer, gerne auch andere, die gerade gründen, dann wird es viel einfacher.

Erfolg ist nie aufzugeben und jeden Tag dranzubleiben. Kleine beständige Schritte. Und egal, wie oft Sie hinfallen: Stehen Sie wieder auf. Es geht jedem Gründer so. Die meisten reden nur nicht drüber.

Herzlichen Glückwunsch im Kreis der Gründer!