

W wie Werbung: Was darf ich und was nicht?

Erschienen am 16.09.2024

In der Reihe „Praxisgründungs-ABC“ des IFK stellen wir Ihnen die wichtigsten Punkte vor, die für Sie als Physiotherapeut mit eigener Praxis von Bedeutung sind – und vielleicht kann auch der eine oder andere alteingesessene Praxisinhaber noch etwas lernen. **Heute: W wie Werbung.**

Wer eine Physiotherapiepraxis neu gründen möchte, wird sich darüber Gedanken machen (müssen), wie und warum künftige Patienten den Weg zu ihm oder zu ihr finden. Und auch bei einer Praxisübernahme kann es durchaus sinnvoll sein, auf Qualitäten und Neuerungen hinzuweisen. Ein Mittel dazu ist Werbung. Doch welche ist sinnvoll und was ist überhaupt erlaubt?

Werbung ist ein Baustein in einem umfassenden Marketingkonzept. Lohnt sich beispielweise eine Zeitungsanzeige oder ist es sinnvoller, auf andere Mittel zu setzen? Die Auswahl ist vielfältig: Patienteninformationen, eine eigene Webseite, ein frisches Praxislogo oder Werbung auf Social Media sind alles Mittel, die dazu beitragen können, die Praxis und ihre Qualitäten in den Blick zu rücken. Hilfreich ist es dabei, sich langfristige Ziele zu stecken und die Auswahl der Werbemaßnahmen dementsprechend auszurichten.

Um Schwierigkeiten zu vermeiden, ist es wichtig, die Grenzen der zulässigen Praxiswerbung zu kennen. Diese finden sich beispielsweise im Heilmittelwerbegesetz (HWG), dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie dem Heilpraktikergesetz (HPG). Mehr dazu und zum Thema Praxismanagement finden Mitglieder im internen Mitgliederbereich. Auch die Rechtsberatung des IFK berät Mitglieder gern dazu.

Werden Sie STARTER-Mitglied und nutzen Sie die Kompetenz von physio-START. Das Team berät Sie gern (Tel: 0234 97745-111, E-Mail: gruenderzentrum@ifk.de)!

Mehr aus der Reihe „Praxisgründungs-ABC“ lesen Sie hier.