



# Businessplan für das MVZ: Geschäftsidee, Unternehmerteam, Marketing

# Braucht das MVZ-Projekt einen Businessplan? Antworten sind schnell gefunden!

---

Mögliche Antworten auf die Überschriften im Businessplan

1. Geschäftsidee: Unser Krankenhaus gründet ein MVZ!
2. Unternehmerteam: Ich bin der Geschäftsführer der Klinik!
3. Marketing: Wir setzen eine Eröffnungsanzeige in die Zeitung!

**Ist der Businessplan schon fertig?**

# 1. Die **Geschäftsidee**:

Schlagwort MVZ ist nicht genug,  
viele Varianten sind möglich

---

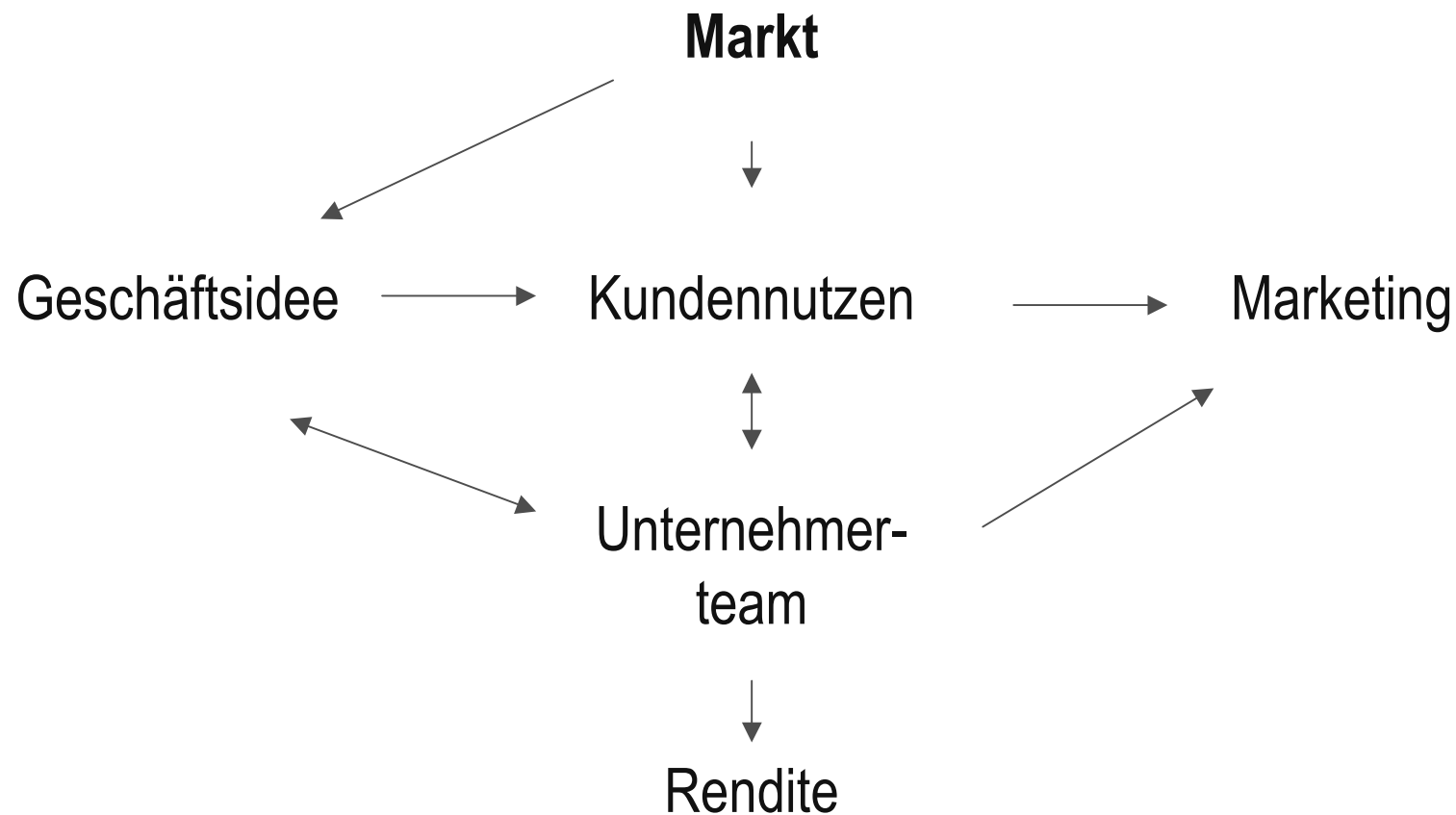
## Aspekte der Geschäftsidee bzw. des Geschäftsmodells

- **Produkt:** Wem verkaufe ich was auf welchem Wege?
- **Markt:** Warum ist mein Angebot besser, als das bisherige Angebot?
- **Rendite:** Warum gibt mir meine Bank Geld für das Vorhaben?

# 1. Die **Geschäftsidee**:

Ausgangspunkte der Überlegungen  
sind Markt und Kundennutzen

---



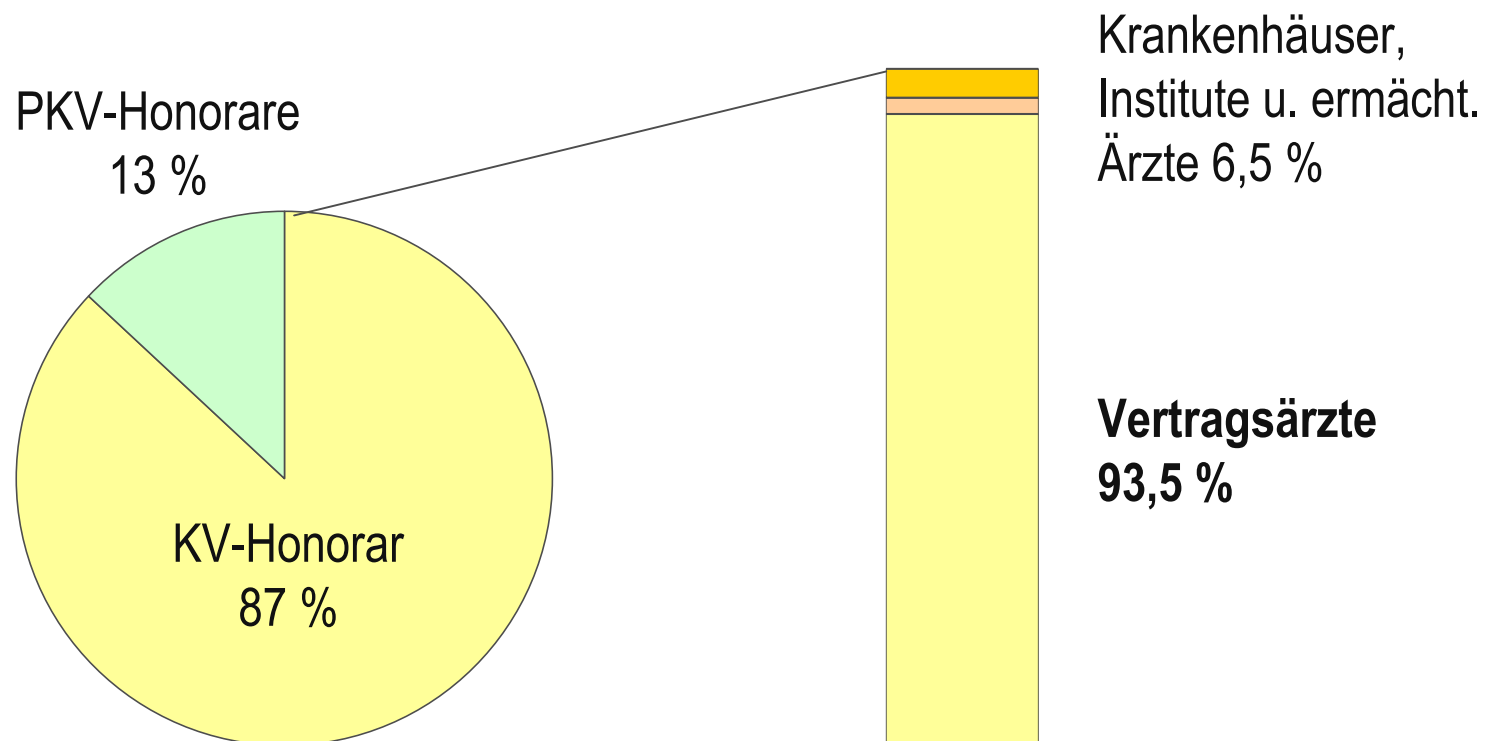
## 1. Die **Geschäftsidee**:

Der Markt für das MVZ ist die ambulante Medizin,  
geprägt durch Kassenärztlichen Vereinigungen

---

Der ambulante Markt  
ca. 30 Mrd. Euro

Das KV-Honorar  
25,8 Mrd. Euro

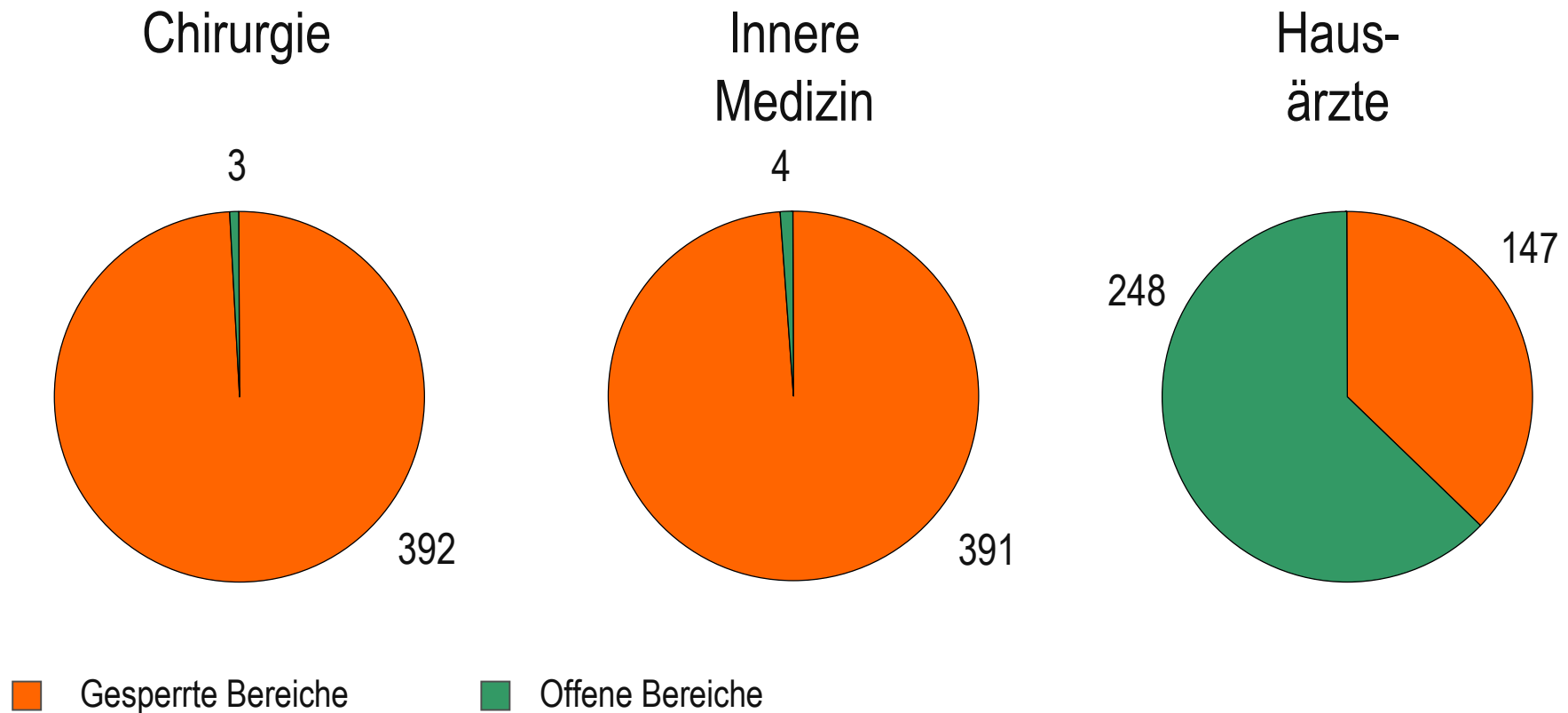


# 1. Die **Geschäftsidee:**

Zentral ist auch der Marktzugang:

Wie komme ich in den Markt?

Anteil offener Planungsbezirke nach Fachgebiet



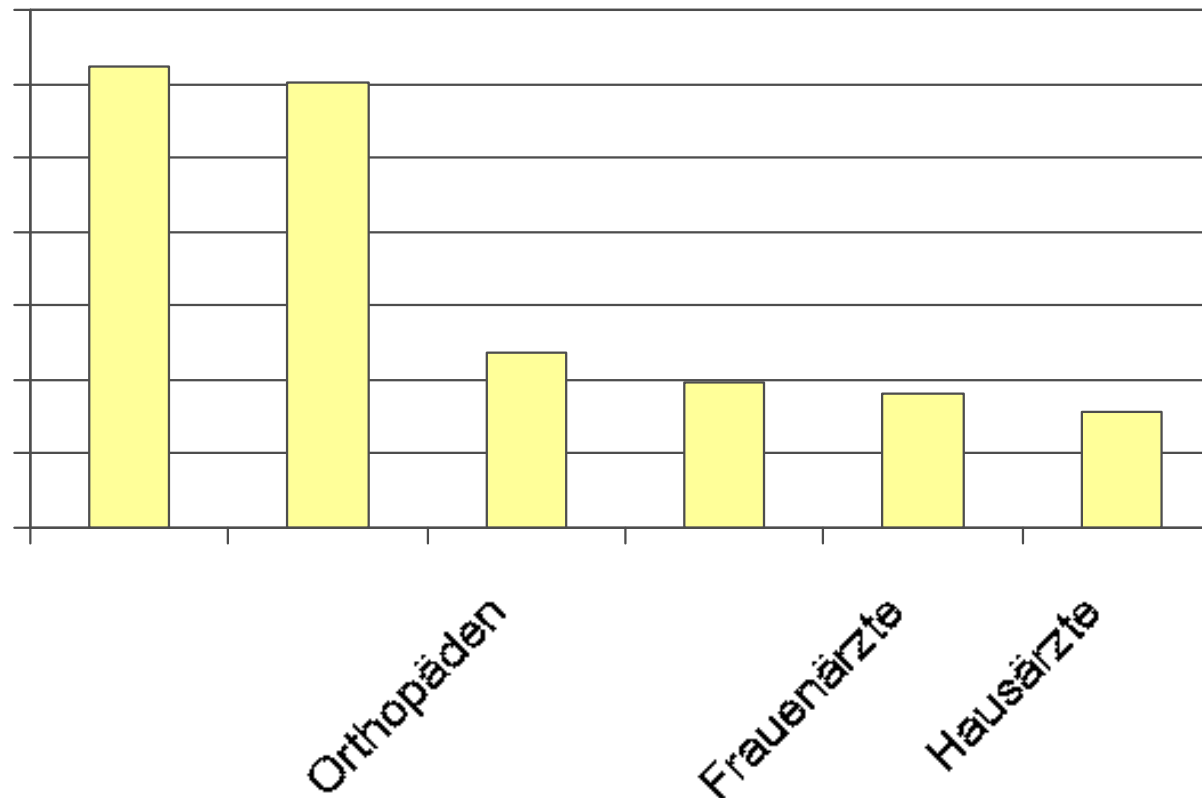
# 1. Die **Geschäftsidee:**

Lohnt sich das?

Lässt sich in dem Markt etwas verdienen?

---

KV-Honorar je Arzt 2006 in TEUR (ohne Privatliquidation und IGeL)



# 1. Die **Geschäftsidee**:

Gibt es Nischen im Markt?

Welches ist die spezifische Stärke unseres MVZ?

---

Verschiedene MVZ-Geschäftsmodelle

- a) Das Ermächtigungersatz-MVZ
- b) Das Auslastungssteigerungs-MVZ
- c) Das Einzugsgebietserweiterungs-MVZ
- d) Das Spektrumerweiterungs-MVZ
- e) Das Ambulanzzentrum mit Klinik-MVZ

## a) Ermächtigungersatz-MVZ:

Wegbrechende Ermächtigungen erfordern den Erhalt des Marktzugangs für den stationären Bereich

---

- Produkt: Ermächtigungsansatz  
inhaltliche Einschränkung
- Patienten-  
nutzen: Kein Zusatznutzen gegenüber  
Ermächtigungsambulanz
- Einweiser-  
nutzen: Vorteilhaft für Hausärzte, falls die bisher nicht  
überweisen konnten
- Rendite: Zusatzerlös für bisher kostenlos erbrachte  
Ambulanzleistungen (ggf. mehr stat. Fälle)

Achtung:  
Gemeint ist nicht die Einbringung  
von Ermächtigungen in das MVZ!

## **b) Auslastungssteigerungs-MVZ:** Vorhaltungen mit hohen Investitionskosten durch zusätzliche Kunden besser auslasten

---

- **Produkt:** Spezialisierte Leistungen, die Geräte erfordern, die Klinik schon vorhält
- **Patienten-**  
**nutzen:** Ggf. ambulante Nachbehandlung vor Ort /  
Versorgung aus einer Hand, Qualität
- **Einweiser-**  
**nutzen:** Ggf. schnellere Terminvergabe,  
ggf. niedrigere Preise?
- **Rendite:** Ambulanter Zusatzerlös für stationäre Vorhaltung  
(Achtung: Fördermittelrückzahlung?)

## c) Einzugsgebietserweiterungs-MVZ: Erschließung neuer Einzugsgebiete durch strategische MVZ-Platzierung

---

- Produkt: Neugründung oder Übernahme von Arztpraxen am Rande des Einzugsgebietes
- Patienten-  
nutzen: Angebot unter einem Dach; ggf. Erweiterung des Angebotes in der Fläche
- Einweiser-  
nutzen: Ggf. Facharztversorgung in der Fläche; tendenziell aber eher Konkurrenz
- Rendite: Zusatzerlös aus mehr stationären Fällen  
Gewinn aus MVZ-Betrieb?

## d) Ambulanzzentrum mit Klinik-MVZ: Aufbau eines großen Gesundheitszentrums ist für Patienten sehr attraktiv

---

- Produkt: Umfassendes ambulantes Angebot aus Vertragsärzten und MVZ (Ambulanz-OP)
- Patienten-  
nutzen: Umfassendes ambulantes Angebot unter einem Dach mit Anbindung an Klinik
- Einweiser-  
nutzen: Attraktiv für Ärzte, die dabei sind,  
dagegen massive Bedrohung für die anderen
- Rendite: Gewinn aus MVZ-Betrieb?  
Zusatzerlös aus mehr stationären Fällen

## e) Spektrumerweiterungs-MVZ:

Ausweitung des stationären Versorgungsspektrums durch ambulante und konsiliarische Leistungen

---

- Produkt: Vorhalten medizinischer Fachgebiete außerhalb des Versorgungsauftrages
- Patienten-  
nutzen: Breiteres medizinisches Angebot am Krankenhausstandort
- Einweiser-  
nutzen: Ggf. Facharztversorgung in der Fläche;  
tendenziell aber eher Konkurrenz
- Rendite: Gewinn aus MVZ-Betrieb?  
Zusatzerlös aus mehr stationären Fällen

## 2. Das **Unternehmerteam**: Von welchen Persönlichkeiten hängt der Erfolg ab?

---

Wer ist das Unternehmerteam der MVZ-Gründung?

- Geschäftsführung oder Verwaltungsleitung der Klinik?
- Die Geschäftsführung des MVZ?
- Die im MVZ tätigen Ärzte?

## 2. Das **Unternehmerteam:**

Je nach MVZ-Geschäftsmodell unterscheidet sich die Bedeutung der Beteiligten

### Bedeutung der beteiligten Akteure

	Klinik GF	MVZ GF	MVZ Ärzte
Ermächtigungsersatz-MVZ	+++	-	-
Auslastungssteigerungs-MVZ	++	++	+
Einzugsgebietserweiterungs-MVZ	++	+	+++
Spektrumserweiterungs-MVZ	++	+	++
Ambulanzzentrum	+	+++	+++

### **3. Marketing und Branding:** Wie viel Marketing braucht und verträgt ein Klinik-MVZ?

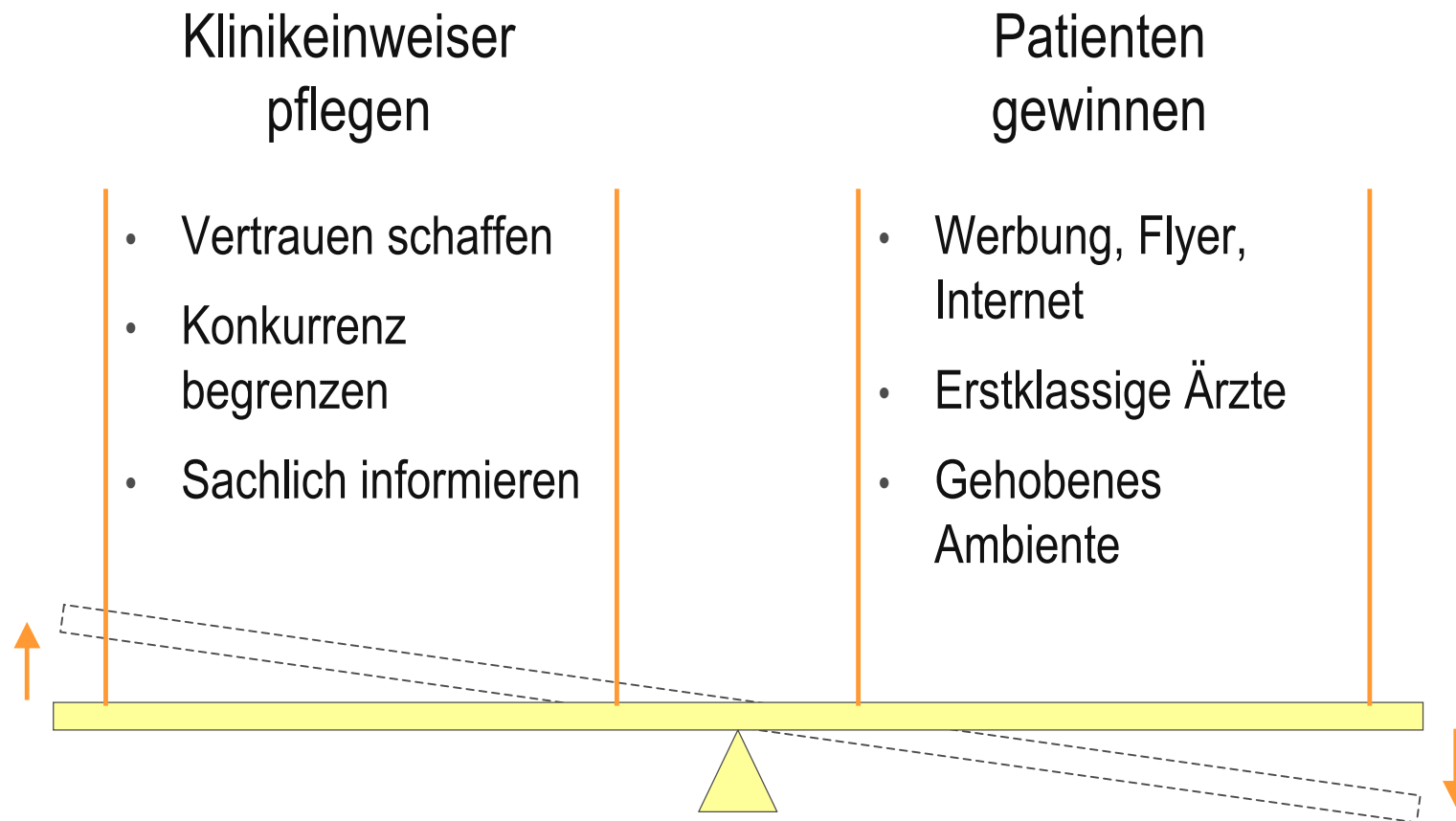
---

#### Überlegungen zum Marketing

- Wer sind meine Kunden (auch die der Klinik)?
- Wie gewinne ich neue Kunden (Patienten/Zuweiser) für mein MVZ?
- Wie vermeide ich negative Reaktionen bei anderen Kunden (in die Klinik einweisende Ärzte)?
- Wie erzeuge ich eine gemeinsame Markenbotschaft?

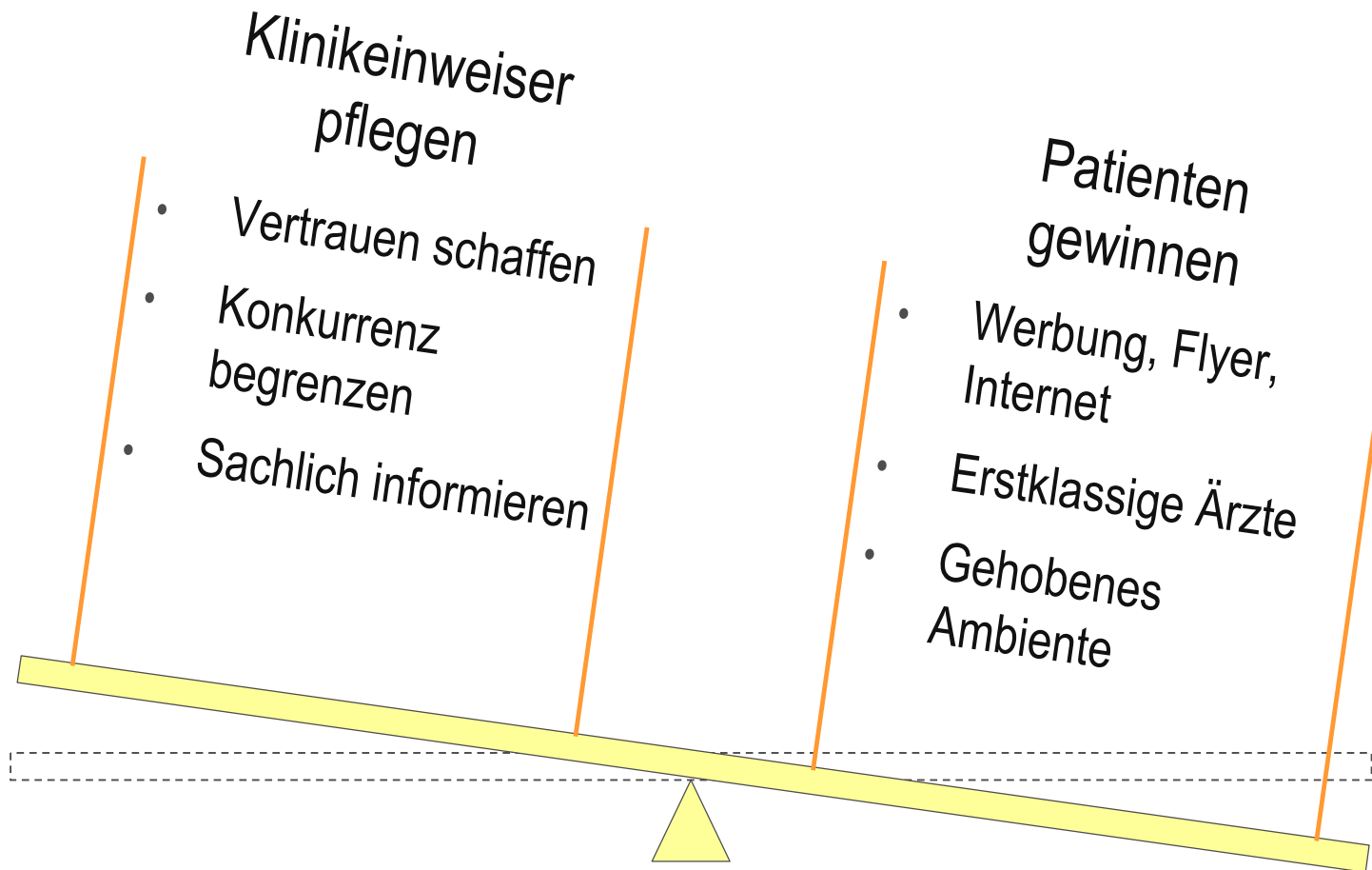
### 3. Marketing und Branding: Wie viel Marketing braucht und verträgt ein Klinik-MVZ?

---



### 3. Marketing und Branding: Wie viel Marketing braucht und verträgt ein Klinik-MVZ?

---



### **3. Marketing und Branding:** Klinik und MVZ brauchen eine gemeinsame Markenbotschaft

---

Markenbildung im Gesundheitswesen – eine Vision?

- Klinik und MVZ bieten gemeinsame Produkte an
- Eine enge Zusammenarbeit zwischen Klinik und MVZ sollte für den Patienten erlebbar sein
- Klinik und MVZ sollten sich im Qualitätsniveau nicht unterscheiden
- Dann profitieren MVZ und Klinik gegenseitig vom positiven Image des anderen

# Zusammenfassung: Nur mit einem Businessplan erreicht das MVZ den maximalen Erfolg!

---

## Zentrale Fragestellungen im Businessplan

1. Geschäftsidee: Warum dieses MVZ?  
Warum mit diesen Fachgebieten?  
Wie wird dort das Geld verdient?
2. Unternehmerteam: Warum gerade diese Personen?
3. Marketing: Wie wird die Einheit aus Klinik und MVZ optimal vermarktet?

**Dann ist der Businessplan schon (fast) fertig!**

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**