



Fachmagazin für die erfolgreiche Praxisführung

Fortbildung & Spezialisierung Praxismanagement

inkl. Ausbildungsführer





Therapeutisch top, aber trotzdem leere Praxis

Warum gute Arbeit alleine nicht reicht

Viele Heilpraktiker*innen scheitern nicht an ihrer Kompetenz, sondern an mangelnder Sichtbarkeit. Wie ein klarer Marketing-Kompass und ein stimmiges Business-Mindset den Weg aus der Unsichtbarkeit weisen können.

Viele Heilpraktiker*innen starten mit großer Leidenschaft für die therapeutische Arbeit. Die Entscheidung für den Beruf ist häufig eine Herzensangelegenheit – geprägt von dem Wunsch, Menschen zu begleiten und zu stärken. Was jedoch selten von Beginn an bedacht wird: Wie genau finden diese Menschen überhaupt den Weg in die eigene Praxis?

Zwischen Therapieausbildung und Praxiseröffnung bleibt ein entscheidender Bereich meist ausgespart – jener, der darüber entscheidet, ob eine Praxis sichtbar und langfristig tragfähig ist: das Marketing.

Während therapeutisches Wissen über Jahre aufgebaut wird, fehlt es oft am einfachsten Grundverständnis dafür, wie Menschen überhaupt auf das Angebot aufmerksam werden. Marketing wird dann schnell zur Blackbox – diffus, technisch, unangenehm. Dabei ist es im Kern ganz einfach: Es geht lediglich darum, dass interessierte Menschen von dir und deinen Angeboten wissen.

Sichtbarkeit ist kein Luxus, sondern eine Grundvoraussetzung

Viele Kolleg*innen scheitern nicht an fachlicher Qualität, sondern an Unsichtbarkeit. Die Website bleibt unbesucht, die Terminanfragen aus. Statt eines kontinuierlichen Praxisalltags beginnt ein zermürender Kreislauf aus Warten, Hoffen und dem nagenden Gefühl, „irgendetwas falsch zu machen“.

Hinter dieser Unsicherheit liegen häufig innere Blockaden: tief verankerte Glaubenssätze, die das Thema Marketing belasten. „Ich will doch nur helfen – nicht verkaufen“, ist ein oft gehörter Satz. Oder: „Wenn ich gut

bin, wird man mich schon finden.“ Häufig ist es aber auch schlicht die Überforderung und Unwissenheit, welche häufig zu Stagnation und Resignation führt. Fragen über Fragen: Was soll ich als erstes machen? Welche Agentur soll ich beauftragen? Was kostet eine Webseite? Muss ich auf Instagram posten? Wie werde ich auf Google gefunden?

Was Marketing ist – und was nicht

Das Wichtigste vorneweg: Marketing bedeutet nicht, täglich auf Social Media zu posten. Es bedeutet nicht, das eigene Frühstück zu fotografieren oder sich im Minutentakt in Instagram-Reels zu inszenieren.

Gutes Marketing ist keine Show. Es ist auch keine Kür. Es ist vielmehr ein Handwerk, das – wie die therapeutische Arbeit selbst – auf Klarheit, Einfühlungsvermögen und einer ehrlichen Intention beruht. Wer bin ich? Für wen ist mein Angebot gemacht? Welche Probleme kann ich lösen – und wie können Menschen von meiner Existenz erfahren?

Diese Fragen sind der eigentliche Kern jeder Marketingstrategie. Und sie lassen sich – mit etwas Anleitung – ebenso gut beantworten wie jede therapeutische Fallbesprechung.



Lennardt Hachmeister
ist Gründer von StaySana.com. Er begleitet Heilpraktiker*innen dabei, ihr Angebot sichtbar zu machen und ihre Praxis nachhaltig aufzubauen.

Drei zentrale Prinzipien für ein klares Marketingverständnis

1. Nicht im Klein-Klein verlieren

Viele Heilpraktiker*innen investieren zu Beginn ihrer Selbstständigkeit enorme Energie, Zeit und Geld in Details, die für den Erfolg der Praxis wenig ausschlaggebend sind: Die Farben der Website, das Design des Logos, der perfekte Flyertext. Monatelang wird ge-
feilt, verworfen, überarbeitet – während gleichzeitig kaum jemand weiß, dass die Praxis überhaupt existiert. Dabei ist Marketing kein Kunsthandwerk, sondern ein Kommunikationsinstrument.

Eine funktionierende Website ist kein Designobjekt, sondern eine Brücke zwischen Therapeut*in und Klient*in. Sie muss nicht besonders schön sein, sondern verständlich. Sie muss nicht perfekt sein, sondern erreichbar machen. Entscheidend ist, dass die eigene Botschaft klar transportiert wird – und dass Menschen ohne Umwege einen Termin vereinbaren können.

2. Positionierung ist der Anfang von allem

Bevor es um Sichtbarkeit geht, braucht es Richtung. Positionierung heißt nicht, sich festzulegen auf eine starre Zielgruppe – sondern sich darüber klar zu werden, mit wem man wirklich arbeiten möchte. Wer sich nicht positioniert, läuft Gefahr, im Allgemeinen zu verschwinden. Gerade bei Heilpraktiker*innen, die vernetzt denken, können und eine Vielzahl an Methoden und Symptome behandeln können, ein Problem. Im Marketing gilt der Spruch: Willst du allen helfen, hilfst du niemanden.

Wer sich hingegen traut, eine klare Botschaft zu formulieren, gibt potenziellen Klient*innen einen Anker. Es wird spürbar, worum es geht. Es entsteht Vertrauen und Resonanz.

Positionierung bedeutet, sich zu entscheiden – für Themen und Zielgruppen. Und genau darin liegt ihre Kraft.

2. Für jeden Typ Mensch das passende Marketing

Eine weitverbreitete Annahme ist, dass ohne Social Media keine Sichtbarkeit möglich sei. Tatsächlich ist Instagram für viele Heilpraktiker*innen jedoch weder zielführend noch authentisch. Denn wer sich auf einer Plattform bewegt, die sich wie eine Bühne anfühlt, verliert schnell die eigene Stimme.

Es gibt zahlreiche andere, oft weitaus effektivere Wege, um mit Menschen in Kontakt zu kommen: Vorträge, Netzwerktreffen, Google, bezahlte Online Werbung, ein gut platzierter

Flyer im Reformhaus, Empfehlungen von Kolleg*innen – oder eine ehrliche Website mit klarer Sprache und leichtem Zugang.

Sichtbarkeit ist kein Kanal, sondern vielmehr eine Frage: Was für ein Typ von Mensch bin ich? Was liegt mir und wo fühle ich mich wohl? Wer sich zeigen will, muss nicht auf Instagram tanzen – sondern kommunizieren. Und das lässt sich auf viele Arten tun.

Fazit

Ein wirkungsvolles Business-Mindset bedeutet nicht, die therapeutische Arbeit dem Marketing unterzuordnen. Es bedeutet, Verantwortung für die eigene Sichtbarkeit zu übernehmen. Denn ohne Sichtbarkeit keine Patienten.

Marketing ist kein notwendiges Übel, sondern eine Einladung. Eine Möglichkeit, auf eine klare, ruhige und professionelle Weise mitzuteilen: „Ich bin da. Ich kann helfen.“

Und genau hier beginnt eine erfolgreiche Praxis – nicht mit perfekten Farben, nicht mit noch mehr fachlichen Ausbildungen, sondern mit der inneren Bereitschaft, gesehen zu werden.

Lennardt Hachmeister
www.staysana.com

Keywords: Image, Patientengewinnung, Praxismanagement, Praxismarketing, Sichtbarkeit

Weiterlesen

Sie möchten mehr zum Thema **Praxismarketing** lesen? In der Artikeldatenbank auf med-search.info finden Sie unter anderem die folgenden Fachbeiträge:

- **Naturheilkunde Journal 1–25:**
Der Ruf deiner Praxis: Das Praxisimage und wie es entsteht
- **Naturheilkunde Journal 3–24:**
Lohnen sich Online-Marketingmaßnahmen für eine Naturheilpraxis?
- **Naturheilkunde Journal 3–24:**
Leises Marketing: Wie dezente und authentische Positionierung beim Kunden punktet!