

# Die Strategie entscheidet über den Erfolg!

## Teil 2: Wer ist meine Zielgruppe und welche Probleme haben diese Menschen?

Bei den meisten HP und HPPsych kommt die Praxis entweder gar nicht erst zum Laufen oder sie geht mehr schlecht als recht. Am Engagement und guten Willen liegt es ganz sicher nicht. Dann werden noch mehr Kontakte geknüpft, Flyer ausgelegt und das Ergebnis ändert sich nicht wesentlich. Eine Neuausrichtung mit einer wirkungsvollen Strategie kann Abhilfe schaffen.

Bevor sich die Frage beantworten lässt, welche Personen denn zur Zielgruppe gehört, muss geklärt werden, was denn eine Zielgruppe überhaupt ist. Es ist eine Gruppe von Menschen mit gemeinsamen Merkmalen, auf die sich die Angebote einer Praxis bzw. einer Person gezielt anwenden lassen. In den Strategieseminaren wird auf die Frage nach der Zielgruppe oft Folgendes geantwortet:

- Menschen, die wieder gesund werden wollen
- alle, die Ihre Schmerzen loswerden wollen
- Personen mit Verdauungsstörungen
- Angstpatienten
- usw.

Zur Gruppe der Menschen, die ihre Schmerzen loswerden wollen, gehören Kinder mit Zahnschmerzen genauso wie Unfallopfer und Menschen mit postoperativen Wundschmerzen. Die Liste lässt sich sicher noch weiter fortsetzen, und Sie können sich die Frage stellen, ob all diese Personen tatsächlich zu Ihrer Zielgruppe gehören.

**Eine Zielgruppe sollte mit allen wichtigen Merkmalen so genau beschrieben werden, dass es eventuell möglich ist, bei einem Adressverlag die Anschriften dieser Personen zu kaufen.**

### Es sind zu definieren:

- Geschlecht
- Alter
- Regionale Herkunft
- Sozialer Status
- Ggf. Religionszugehörigkeit
- Beruf bzw. Berufsgruppen
- Einkommen
- Probleme

Zusätzlich sollte einen entscheidenden Einfluss auf die Definition und Auswahl der Zielgruppe die Frage haben, mit welchen Menschen Sie von Herzen gerne arbeiten möchten. Sind es einkommenschwache Männer mit Alkoholproblemen oder eher gut verdienende Frauen mit Verdauungsbeschwerden?

## Nur ein präzise beschriebenes Ziel kann getroffen werden

Eine präzise Zielgruppendefinition kann so aussehen:

- Frauen zwischen 35 und 50 Jahren im Umkreis von 100 km um den Praxis-Standort, denen auf Grund einer Krebserkrankung eine Brust entfernt wurde (warum einseitig operiert, erklärt sich später im Text).
- Evangelische Pfarrer, die verheiratet sind, Kinder haben und aus dem PLZ-Gebiet x kommen.
- Menschen mit Flugangst, die schon mindestens drei vergebliche Versuche gemacht haben, diese Angst loszuwerden
- Frauen mit starkem Übergewicht, die nach einer Diät wieder zunehmen und dabei Kreislaufprobleme bekommen
- Krebspatienten, für die auf Grund einer Chemotherapie alle Lebensmittel nur noch einen metallischen Geschmack haben
- Frauen in den Wechseljahren mit starker Austrocknung der Haut

## Die Therapiemethode ist egal – das Problem muss gelöst werden

**Ein besonderes Augenmerk muss auf die Probleme der Zielgruppe gerichtet werden.**

Aus Sicht des Behandlers bzw. Therapeuten scheinen die Probleme der Zielgruppe vordergründig recht klar zu sein. Wie sehr wir uns dabei täuschen, zeigt sich oft, wenn die betroffenen Personen genau befragt werden. Ein Beispiel: Viele würden als das größte Problem von Krebspatienten bezeichnen, dass sie wieder gesund werden wollen. Diese Ansicht drängt sich zwar auf, liegt jedoch oft weit daneben. Gesundheit wieder erreichen zu wol-

len, ist ein Wunsch, eine Hoffnung, soll das Ergebnis der Behandlungen sein usw. Das wirkliche Problem von Krebspatienten ist die Tatsache, dass sie sich für eine Behandlungsmethode entscheiden müssen und erst hinterher merken, ob es die richtige Entscheidung war. Und diese Entscheidung müssen sie ganz alleine treffen. Je nachdem, ob es eine Ersterkrankung, ein Rezidiv oder neu entdeckte Metastasen sind, ist die Tragweite noch größer.

### Weitere Probleme der o. a. Zielgruppen:

- Einseitig brustamputierte Frauen entwickeln auf Grund der Operationsnarbe im vorderen, oberen Teil des Brustkorbs eine gebeugte Schonhaltung, die dann zu Verspannungen und Wirbelsäulenproblemen führt. Diese unbewusste Schonhaltung wird oft auch noch nach dem völligen Heilungsprozess der Narbe beibehalten und löst weiter Spätfolgen aus.
- Verheiratete, evangelische Pfarrer mit Kindern haben oft das große Problem, von der Kanzel etwas predigen zu müssen, von dem sie wissen, dass es „im richtigen Leben“ anders läuft. Die innerpsychischen Konflikte führen dann oft zum Burnout und an den Rand des Suizids.
- Vergebliche Versuche, die Flugangst loszuwerden, steigern das ungute Gefühl beim Fliegen noch mehr. Davon betroffen sind alle, die aus beruflichen Gründen fliegen müssen, z. B. Vertriebsmitarbeiter, Reisefotografen, Journalisten, Politiker usw. Das wird dann oft mit Beruhigungsmitteln kaschiert, die jedoch so stark sind, dass sie die beruflichen Aufgaben beeinträchtigen. Außerdem ist immer noch die Angst vor dem Rückflug dabei.

Wenn die Zielgruppe und deren Problem präzise genug beschrieben wurde, kann im nächsten Schritte der Strategieplanung eine Lösung erarbeitet werden, die zu einer erfolgreichen Praxis führt.

Der Beitrag wird in CO'MED fortgesetzt.



### Kontakt:

HP Psych Bert Heuper  
Praxis PSRT  
Katharinenstraße 3, D-83043 Bad Aibling  
Tel. 08061/ 93 80 94  
bert.heuper@praxis-psrt.de  
www.praxis-psrt.de