PRAXISMARKETING

# Kundenmagazine für die Physiotherapiepraxis

von Silke Jäger, Fachjournalistin Gesundheitswesen, Marburg

Jeder kennt die Apotheken Umschau, die auflagenstärkste Gesundheitszeitung in Deutschland – und ein mächtiges Marketinginstrument für Apotheken. Eine Kundenzeitschrift wäre doch auch für Physiotherapiepraxen eine gute Idee, oder? Und tatsächlich: Seit einigen Monaten gibt es sogar zwei Zeitschriften, die Sie Ihren Patienten kostenlos mitgeben können. Wir fragen: Macht sich die Investition bezahlt?

## Ein Kundenmagazin – was ist das?

**Kundenmagazine fördern die Kundenbindung**

Viele Unternehmen haben erkannt, dass man mit hochwertigen Magazinen Kunden binden kann. Die, die es sich leisten können, setzen auf eine eigens für ihre Kunden produzierte Zeitschrift, die nicht in erster Linie als Werbung funktioniert, sondern das hergestellte Produkt ins rechte Licht setzt. Heraus kommen Magazine, die wie normale Zeitschriften wirken – mit Interviews, Berichten, stimmungsvollen Fotos und sogar Rätseln oder Horoskopen.

Das eigene Produkt soll dadurch attraktiver werden, dass man über Themen informiert, die für den typischen Käufer interessant sind – immer mit Bezug zur eigenen Produktpalette. So geben beispielsweise Hersteller von Outdoor-Bekleidung Tipps für die Urlaubsplanung, informieren aufwendig über fremde Länder und Kulturen, interviewen berühmte Bergsteiger oder lassen die Mitarbeiter von ihren eigenen Reisen erzählen. Die Idee dahinter nennt sich Content Marketing: Inhalte, die verkaufsfördernd wirken.

**Branchenspezifische Magazine für kleinere Unternehmen**

Große Unternehmen und internationale Konzerne können sich eigene Kundenmagazine leisten, für kleinere Unternehmen gibt es häufig branchenspezifische Zeitschriften, wie zum Beispiel die Bäckerblume, die wöchentlich in mehr als 3.000 Bäckereien ausgelegt wird. Sie wird von einem Verlag produziert, der das Magazin an die interessierten Bäckereien verkauft, damit sie es an ihre Kunden verschenken können.

## Kundenmagazine für Physiotherapiepraxen

**Speziell für Physiotherapiepatienten konzipiert**

Auch für die Physiotherapie gibt es nun zwei branchenspezifische Magazine. Beide werden jeweils von einem Verlag herausgegeben und sind speziell für Patienten konzipiert, die eine physiotherapeutische Behandlung in Anspruch nehmen. Das zeigt sich in der Aufmachung. Modernes, aber unaufdringliches Layout in frischen Farben, zahlreiche Bilder sowie Themen, die viele Patienten interessieren: Schmerzen, Behandlungsmethoden, Selbsthilfe und Übungsanleitungen. Aber auch unterhaltsame Rätsel- und Kinderseiten sind zu finden. Für beide Magazine werden Staffelpreise erhoben, sodass Physiotherapiepraxen, die eine hohe Zahl abnehmen einen Preisvorteil pro Stück haben. Eine Gegenüberstellung der Magazine finden Sie in der Tabelle auf Seite 5.

## Das Konzept der Geschenk-Magazine

**Aufwertung des Berufs**

Das Ziel der für den Patienten kostenlosen Zeitschriften ist, das Image von Physiotherapiepraxen in der Öffentlichkeit zu verbessern. Magazine für Physiotherapiepatienten

- informieren über den Nutzen von Physiotherapie bei einzelnen Krankheitsbildern,
- erklären spezifische physiotherapeutische Behandlungsmethoden,
- stellen Physiotherapeuten und ihre Erfolgsgeschichten vor,
- klären über Abrechnungsbedingungen auf,
- verbreiten Expertenmeinungen,
- zeigen Übungen für Heimprogramme,
- geben Tipps für Prävention und Prophylaxe und
- unterhalten durch attraktive Berichte über Gesundheitsthemen, Kolumnen, Rätsel und Kinderseiten.

## Vorteile für teilnehmende Praxen

SIEHE AUCH
Beitrag auf Seite 6 dieser Ausgabe

Marketing ist für viele Praxen zeitaufwendig und kostenintensiv. Auf Standard- oder Selbstzahlerangebote aufmerksam zu machen, ist mit viel Arbeit verbunden – lesen Sie dazu auch unser Themenspezial auf Seite 6.

Häufig kann man via Flyer, Plakat und Website auch nur die wichtigsten Informationen weitergeben. Vom Angebot überzeugt man Patienten oft am effektivsten im Einzelgespräch. In vielen Physiotherapiepraxen fehlt aber die Zeit für tiefergehende Informationen – sowohl über die verordnete Behandlung als auch über ein sinnvolles Selbstzahlerangebot.

Hier kann ein Magazin, das auf Physiotherapiepatienten eingeht, gute Dienste leisten. Es ermöglicht den Patienten ein tieferes Verständnis aller Themen, die für die Behandlung und für die Physiotherapeuten selbst relevant sind, und fördert auf diese Weise ein positives Image sowohl der Physiotherapie insgesamt als auch der eigenen Praxis.

PRAXISHINWEIS | Mithilfe eines attraktiven und informativen Magazins werden die Vorteile der physiotherapeutischen Behandlung besser bekannt. Patienten können nicht nur sich selbst umfassender informieren, sondern auch die Physiotherapiepraxis leichter weiterempfehlen: durch Weitergabe der Zeitschrift und durch Mundpropaganda.

**Zusätzlich: Werbemittel für die Physiopraxis**

Kundenmagazine, die branchenspezifisch sind, funktionieren aber auch als Werbemedium für die eigene Praxis. Besonders, wenn sie im persönlichen Gespräch oder bei der Terminvergabe überreicht werden, fördern Sie die Patientenbindung.

PRAXISHINWEIS | Ab einer gewissen Stückzahl können Praxen ihre Kontaktdaten aufdrucken lassen. Immer ist es möglich, den Praxisstempel auf der Rückseite des Heftes aufzubringen.

Die Kosten für diese Marketingmaßnahme fallen unterschiedlich hoch aus, je nachdem, für welche Zeitschrift Sie sich entscheiden und ob Sie Werbung schalten möchten. Die Stückpreise variieren von 1,60 Euro bis 24 Cent, abhängig davon, ob Sie einem Verband angehören, wie viele Exemplare Sie bestellen und ob Sie personalisierte Werbeflächen buchen.

## Die Magazine im Einzelnen

**Kosten-Nutzen-Bilanz hängt vom Kundenprofil und Standort ab**

Die beiden Kundenzeitschriften erscheinen in zwei unterschiedlichen Verlagen, haben aber viele Gemeinsamkeiten. Beide

- erscheinen einmal im Quartal, also viermal jährlich,
- haben 20 Seiten,
- arbeiten mit einem Physioverband zusammen, deren Mitglieder Rabatt auf den Bezugspreis erhalten,
- widmen sich einem Schwerpunktthema pro Ausgabe, stellen Tests und Methoden für die Eigentherapie vor, informieren über Präventionsangebote und über allgemeine Gesundheitsmaßnahmen.

„physio.gesund" bietet darüber hinaus Unterhaltung in Form von Kolumnen, Rätseln und Kinderseiten, bei „meine Physiopraxis" können Praxisinhaber Werbung für die eigene Praxis schalten. Weitere Vergleichsdaten finden Sie in der folgenden Tabelle.

| Magazin | physio.gesund | meine Physiopraxis |
|---|---|---|
| **Verlag** | Acht-Verlag, Köln | Thieme Verlag, Stuttgart |
| **Erscheinungsweise** | 4 x jährlich | 4 x jährlich |
| **Stückpreis** | 0,24 bis 0,33 Euro | 1,40 bis 2,25 Euro |
| **Rabatt** | Mitglieder des IFK | Mitglieder des VPT |
| **Höhe des Rabatts** | 10 Prozent pro Bestellung | 0,65 Euro pro Heft |
| **Personalisierter Werbedruck möglich** | Nein | Ja |
| **Feld für Praxisstempel** | Ja | Ja |
| **Unterhaltungsteil** | Ja | Nein |
| **Tipps für Eigentherapie** | Ja | Ja |
| **Website** | www.achtverlag.de/physiogesund/magazin/ | www.thieme.de/de/physiotherapie/meine-physiopraxis-55432.htm |

**Gut für das Image des Berufsstands**

FAZIT | Ob sich die Investition in ein Patientenmagazin für die eigene Praxis lohnt, lässt sich nicht pauschal beantworten. Schaut man nur auf den Preis, erscheint das Magazin aus dem Acht-Verlag das geringere finanzielle Risiko darzustellen. Um sich ein eigenes Bild machen zu können, sollten Sie daher von jedem Magazin ein Frei-Exemplar anfordern, bevor Sie sich entscheiden. Unabhängig davon sind solche Magazine für die Physiotherapie als Therapieform jedoch eine gute Maßnahme. Denn durch die regelmäßig erscheinenden Zeitschriften erfahren Patienten mehr über diese Therapieform und haben einen weiteren Grund, in Ihrer Praxis vorbeizuschauen.