

# «JUST DO IT» ODER: WARUM ÄRZTLICHE SELBSTSTÄNDIGKEIT SICH LOHNT – INTERVIEW GASTROENTEROLOGIE ZÜRICH



Dr. med. Roger Wanner

**Dr. med. Roger Wanner führt eine eigene Praxis für Gastroenterologie in Zürich. Im folgenden Interview berichtet er über seinen Weg in die Selbstständigkeit, seine bisherigen Erfahrungen sowie über die Bedeutung und Präsenz in den sozialen Medien.**

**Sie haben vor einigen Jahren in Zürich eine gastroenterologische Praxis gegründet. Welche Erfahrungen haben Sie beim Praxis-Start-up gemacht und was hat Sie damals motiviert, den Schritt in die berufliche Selbstständigkeit zu wagen?**

Die Gründung der eigenen Praxis ist ein äusserst spannendes und aufregendes Projekt. Als erfahrener Arzt kennt man sich in der Medizin bestens aus. Jedoch trifft man bei der Praxisgründung auf viele unbekannte Situationen. Man muss etliche Entscheidungen fällen, für die man keine Grundlage hat. Ich hatte das Glück, dass ich in meinem Umfeld viele Kollegen um Rat fragen konnte. Meine Motivation war, dass ich selber gestalten und entscheiden wollte. Ich würde mich als Macher bezeichnen. Die doch sehr langwierigen Prozesse in einem Spital entsprechen nicht meinem Naturell. Es ergab sich dann in der Stadt Zürich eine sehr gute Möglichkeit: Das Corporate Office der Hirslanden Klinik hat neue Büroräumlichkeiten bezogen, sodass am bisherigen Sitz circa 4 000 Quadratmeter Fläche frei wurden. Diese wurden durch mehrere Arztpraxen neu belegt, sodass wir eines der grössten ambulanten Zentren der Schweiz wurden. Die Interdisziplinarität ist also weiterhin gegeben, fast wie in einem Spital.

**Hatten Sie Zweifel oder gar Ängste vor der Selbstständigkeit? Wenn ja, welche?**

Nein. Ich hatte einen guten Businessplan erstellt, der drei Szenarien berücksichtigte: ein optimistisches, ein realistisches und ein pessimistisches. In den ersten Monaten bewegte ich mich

auf dem pessimistischen Szenario: Die monatlichen Fixausgaben wie Löhne, Miete, Lieferanten musste ich natürlich schon ab dem ersten Monat bezahlen. Bis jedoch das erste Geld der Patienten respektive der Versicherer eintraf, dauerte es fast zwei Monate. Und dann war die Praxis auch nicht von Beginn weg voll ausgelastet. Am Anfang hatten wir noch relativ wenige Patienten, dafür umso mehr Zeit, um im Team die Praxisabläufe zu optimieren. Dies war eine äusserst wertvolle Zeit, von der wir nun profitieren, wo die Praxis voll ausgelastet ist.

**Sie haben sich bewusst für eine Einzelpraxis entschieden, während viele Kolleg\*innen klar eine Gemeinschaftspraxis bevorzugen. Was waren Ihre Beweggründe dafür?**

Eigentlich ist es ganz einfach: Der damalige Tarmed war für eine Einzelpraxis konzipiert. Im Tarif ist nicht vorgesehen, dass ein teurer Overhead finanziert wird. Der gesamte Umsatz soll zu den Mitarbeitern und dem Arzt gehen. Die Einzelpraxis erlaubt sehr schlanke Strukturen: keine IT-Abteilung, kein HR, kein CEO, kein Controlling. So habe ich meine Kosten stets im Griff. Natürlich muss ich mir Hilfe von aussen holen, aber das sind dann Auftragsarbeiten, zum Beispiel IT-Infrastruktur oder Marketing wie etwa das Erstellen einer Website.

**Gab es Fehler, aus denen Sie besonders gelernt haben?**

Im Nachhinein ist man immer klüger, aber ganz wichtig waren drei Sachen: ein guter Businessplan, ein gutes Betriebskonzept und eine gute Praxissoftware. Der Businessplan hilft einem gerade am Anfang, gut zu schlafen. Das Betriebskonzept ist bei der Gründung einer Aktiengesellschaft obligatorisch. Es ist aber klug, denn man muss sich zu Beginn mit zahlreichen Fragen auseinandersetzen, die im «Daily Business» vielleicht vergessen gehen würden. Und zuletzt



die Praxissoftware: Sie ist eine der wichtigsten Mitarbeiterinnen. Eine Software sollte einem Arbeit abnehmen, muss sich den Arbeitsprozessen anpassen. Hier lohnt es sich, viel Zeit in die Evaluation einzusetzen.

### **Wie definieren Sie Erfolg als Unternehmer im Gesundheitswesen?**

Erfolg habe ich dann, wenn ich mit Freude meiner Arbeit nachgehen kann. Und dies ist gegeben, wenn ich meine Praxis so eingerichtet habe, dass sie rentabel ist und die Abläufe klar strukturiert sind.

### **Wie haben Sie sich wirtschaftliches Wissen angeeignet?**

Die Grundzüge des wirtschaftlichen Wissens sind keine Rocket Science. Einnahmen minus Ausgaben gibt den Gewinn. Die Einnahmen können wir meistens sehr gut und einfach im Auge behalten. Die Ausgaben sind da etwas schwieriger: Löhne, Lohnnebenkosten, Mieten, Lieferanten. Und dann kommen plötzlich noch neue gesundheitsrechtliche Auflagen, die wiederkehrende Kosten verursachen, beispielsweise Hygienevorschriften.

### **Wie gelingt es Ihnen, den hohen Anforderungen als Arzt und Unternehmer gerecht zu werden, ohne auszubrennen?**

Ich habe meine Zeit klar definiert. Wenn ich in der Praxis bin, gehört meine Zeit den Patienten und meinen Mitarbeiterinnen. Zu Hause mache ich eigentlich nie etwas für die Praxis. Dort gehört die Zeit meiner Familie. Und: Ich nehme mir Zeit für mein Hobby Rennvelofahren.

### **Welche Eigenschaften schätzen Sie am meisten bei Ihren Mitarbeitenden?**

Sie sind loyal, sie sind neugierig und sie identifizieren sich voll mit der Praxis. Ich habe sechs angestellte Mitarbeiterinnen in verschiedenen Pensen. Alle haben Eigenschaften, die zum Gelingen der Praxis beitragen. Meine Aufgabe als Chef ist es, dass sie diese Eigenschaften auch im Praxisalltag einbringen können.

### **Welchen Ratschlag würden Sie Ihren Kolleg\*innen mit auf den Weg geben, die den Schritt in die Selbstständigkeit noch vor sich haben?**

Just do it! Eine Praxis zu gründen und zu führen ist keine unmögliche Aufgabe. Sie ist sehr bereichernd und spannend.

### **Sie sind einer der erfolgreichsten MedFluencer auf LinkedIn. Was motiviert Sie, in den sozialen Medien präsent zu sein?**

LinkedIn ist genial. Ich treffe mich einmal im Monat mit einer Bekanntschaft aus diesem Netzwerk. Häufig entstehen dann spannende Begegnungen, manchmal sogar ein gemeinsames Projekt. Ich denke aber auch, dass wir Ärzte die sozialen Medien nicht irgendwelchen Influencern überlassen dürfen, die medizinisches Halbwissen posten. Dies kann aus meiner Sicht zu komischen Trends führen. Wir haben deshalb ein neues Projekt lanciert: «Popo positiv». Unter diesem Label publizieren wir fachlich fundierte Artikel über Verdauung und Themen der Gastroenterologie.