

A professional portrait of a man with short brown hair and a light beard, wearing a dark suit jacket, a white shirt, and a light blue tie. He is looking directly at the camera with a slight smile.

WAS WIRKLICH FUNKTIONIERT

# MARKETING REPORT 2025

FÜR SCHÖNHEITSKLINIKEN  
UND PRAXEN DER  
ÄSTHETISCHEN MEDIZIN

Wie Sie die größten Marketingfehler  
vermeiden, online omnipräsent werden  
und so Ihre Umsätze steigern

IN DIESEM REPORT  
**ERFOLGREICH MIT  
KI & AUTOMATISIERUNG**



**scalebeauty**

MIT  
**DOMINIK VON FALKENHAUSEN**

EXPERTE FÜR ONLINEMARKETING IN DER ÄSTHETISCHEN MEDIZIN



**MEHR SICHTBARKEIT - MEHR ZAHLUNGSKRÄFTIGE PATIENTEN:**

WIE SIE MIT DEN RICHTIGEN STRATEGIEN EIN SYSTEM AUFBAUEN, DAS ONLINE KONSTANT  
HOCHWERTIGE PATIENTEN GENERIERT - OHNE UNNÖTIG GELD DURCH WERBUNG ZU VERBRENNEN



# CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Sie führen eine erfolgreiche Schönheitsklinik oder Praxis in der ästhetischen Medizin – doch reicht das aus, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben? Der Markt für **ästhetische Medizin wächst** schneller als je zuvor. Bis 2030 wird sich dieser Markt verdoppelt haben und mit ihm steigen die Anforderungen der Patienten. Es genügt nicht mehr, nur ausgezeichnete Behandlungen anzubieten. **Sichtbarkeit, Vertrauen und eine klare Positionierung** entscheiden heute darüber, ob Patienten Sie als erste Wahl sehen oder zur Konkurrenz wechseln. Viele Praxen verlassen sich noch immer auf Weiterempfehlungen oder klassische Werbung – doch diese Strategien sind nicht effizient genug, um sich in einem zunehmend digitalen Markt durchzusetzen.

Während Sie Tag für Tag höchste Präzision in Ihrer medizinischen Arbeit leisten, geht oft ein entscheidender Bereich unter: die **systematische Gewinnung neuer zahlungskräftiger Patienten**. Eine veraltete Webseite, unstrukturierte Werbemaßnahmen oder fehlende digitale Prozesse führen dazu, dass wertvolle Anfragen verloren gehen. Doch die Realität ist: Premium-Patienten recherchieren online, vergleichen Angebote und erwarten eine reibungslose digitale Erfahrung. Wer es nicht schafft, diesen Prozess optimal zu steuern, überlässt den Markt anderen.

Die gute Nachricht: Mit den richtigen **strategischen Hebeln** können Sie nicht nur hochwertige Patienten gezielt anziehen, sondern Ihre Praxis **zukunftssicher und effizienter** aufstellen. Denn eines ist sicher: Die erfolgreichsten Kliniken und Praxen der nächsten Jahre werden diejenigen sein, die heute die richtigen Entscheidungen treffen.

Nutzen Sie diese Gelegenheit und erfahren Sie in diesem Report, wie Sie sich mit Ihrer Praxis oder Schönheitsklinik auf die Zukunft vorbereiten – bevor es andere tun.

## ZIELGRUPPE DES REPORTS

Dieser Report richtet sich an **Schönheitskliniken und Praxisbetreiber der ästhetischen und dermatologischen Medizin**, die ihre Sichtbarkeit steigern, konstant mehr **zahlungskräftige Patienten** anziehen und sich klar als führende Adresse in ihrer Region positionieren wollen. Der Wettbewerb wächst und es reicht nicht mehr, einfach nur eine Webseite zu haben oder auf Weiterempfehlungen zu hoffen. **Die richtigen Patienten müssen Sie finden – und nicht umgekehrt.**

Wenn Sie sicherstellen möchten, dass Ihre Praxis oder Klinik **automatisch die passenden Patienten anspricht**, während **unpassende Anfragen vorab herausgefiltert** werden, dann sind Sie hier genau richtig. Dieser Report zeigt Ihnen, wie Sie **auf allen relevanten Kanälen omnipräsent werden** – nicht nur auf Google, sondern überall dort, wo sich Ihre Zielgruppe online informiert.

AUTOR



Dominik von Falkenhausen

Online-Marketingexperte für die ästhetische Medizin

# ÜBER SCALEBEAUTY

DAS ONLINEMARKETING SYSTEM FÜR DIE ÄSTHETISCHE MEDIZIN



Dominik von Falkenhausen ist seit über 15 Jahren Online-Marketingexperte und seit 2021 spezialisiert auf Schönheitskliniken und Praxen der ästhetischen sowie dermatologischen Medizin. Er hat das ScaleBeauty Online-Marketing-System konzipiert, um die automatische Gewinnung hochpreisiger Patienten für seine Kunden zu vereinfachen.

Zusammen mit seinem Team hilft er deutschlandweit Kliniken und Praxen, planbar und automatisiert **zahlungskräftige Premiumpatienten zu gewinnen**, indem er ihre Webseite zur hochkonvertierenden Anfragenmaschine verwandelt, KI-optimierte Werbekampagnen über Google und Facebook steuert und die Leadverwaltung automatisiert.

Optional schult er das Klinik- oder Praxisteam darin, jede Anfrage perfekt zu verwerten. Optional erhält jede Klinik oder Praxis ein individuelles Online-Schulungssystem, das sowohl eigene Inhalte als auch von ScaleBeauty bereitgestellte Schulungsmaterialien umfasst. So kann das Team gezielt in der optimalen Nutzung und Verwertung von Patientenanfragen sowie allgemeinen Prozessabläufen der Klinik oder Praxis geschult werden. Auch das Onboarding von neuen Mitarbeitern wird somit enorm erleichtert und automatisiert.

Durch den gezielten Einsatz dieser Technologie und einer strukturierten Herangehensweise kann der Umsatz bei **gleichem oder sogar geringerem Aufwand um bis zu 40 % gesteigert** werden. Viele Praxen und Schönheitskliniken schöpfen ihr Potenzial nicht aus, weil entscheidende Prozesse ineffizient gestaltet sind oder die falsche Patientenansprache gewählt wird.

Das ScaleBeauty-System sorgt dafür, dass genau die richtigen Maßnahmen ergriffen werden, um hochpreisige Patienten gezielt anzusprechen, die sich hochwertige Behandlungen privat leisten können und bereit sind, zu investieren. Gleichzeitig wird der gesamte Patientenberatungsprozess so optimiert, dass der **durchschnittliche Umsatz pro Patient steigt** – von der ersten Anfrage über die Behandlung bis hin zur Beratung und automatisierten passiven Upsellinformationen. Wer die richtigen Stellschrauben kennt und gezielt einsetzt, kann seinen Umsatz nachhaltig steigern, ohne zusätzlichen Arbeitsaufwand für das Team.

**Mehr dazu finden Sie unter:**

**[www.scalebeauty.de](http://www.scalebeauty.de)**

# “WIR HABEN DOCH GENUG PATIENTEN!”

## DIE 4 GRÖSSTEN DENKFEHLER, DIE IHNEN TÄGLICH UMSATZ KOSTEN

Sie haben sich Ihre Praxis oder Schönheitsklinik **mit viel Einsatz aufgebaut**. Sie kümmern sich um Ihre Patienten, um Ihr Team oder vielleicht auch um das Marketing und wahrscheinlich läuft alles soweit gut. Sie sind bekannt in Ihrer Region, Sie haben eine funktionierende Webseite - auch über Empfehlungen kommen regelmäßig Patienten.

Doch wie oft haben Sie sich schon gefragt: „**Wieso sind manche Praxen voll mit hochpreisigen Patienten, während ich ständig Standarddienstleistungen erbringen oder Preisdiskussionen führen muss?**“

Der Unterschied liegt nicht in der medizinischen Leistung. Er liegt in der Art, wie Sie sich nach außen präsentieren und **welche unbewussten Fehler** Sie dabei machen.

Praxen und Kliniken verlassen sich darauf, **dass es „schon irgendwie läuft“** – bis es plötzlich nicht mehr läuft. Ein neuer Anbieter kommt auf den Markt, Patientenverhalten ändert sich, oder plötzlich bleiben hochwertige Anfragen aus. Wer sich dann auf Glück und organischen Zulauf verlässt, riskiert langfristig Verluste.

Und genau hier machen viele den entscheidenden Fehler: Sie denken, sie haben genug Patienten, genug Sichtbarkeit, genug Reichweite – bis sie merken, dass sie Monat für Monat Umsätze verschenken. Schauen Sie sich die **4 größten Denkfehler** an, die wir immer wieder in Praxen und Kliniken sehen. Prüfen Sie selbst, ob Sie betroffen sind.

## DIESE 4 MINDSETFEHLER SORGEN FÜR IHR UMSATZPLATEAU:

1

„Wir haben genug Patienten, wir brauchen kein Marketing!“

2

„Unsere Webseite reicht aus, wir haben ja eine!“

3

„Wir sind bei Google & Co. gut sichtbar. Das reicht!“

4

„Wir rufen alle Anfragen an, wir lassen nichts liegen.“



## MINDSET 1

# „WIR HABEN GENUG PATIENTEN, WIR BRAUCHEN KEIN MARKETING!“

Viele Praxen und Kliniken glauben, ein volles Terminbuch sei ein Zeichen für nachhaltigen Erfolg. Doch Märkte verändern sich, Konkurrenz wächst und ohne gezielte Positionierung verliert man unbemerkt wertvolle Patienten. Und haben Sie die richtigen Patienten, die marginstarke Behandlungen wünschen?

**Warum diese Denkweise problematisch ist:**

1. Patiententreue ist **nicht garantiert**.
2. Wer sich besser präsentiert, gewinnt. Zufriedene Patienten wechseln, wenn eine andere Klinik oder Praxis moderner wirkt oder einfacher erreichbar ist.
3. Empfehlungen allein reichen nicht.
4. Neue Patienten informieren sich online, **vergleichen** Angebote und **Bewertungen**. Wer dort nicht präsent ist, verliert Interessenten an die Konkurrenz.
5. Auslastung bedeutet nicht optimalen Umsatz.
6. Entscheidend ist nicht die Menge der Patienten, sondern **ihr Wert**. Durch gezielte Positionierung lassen sich höherwertigere Behandlungen und langfristige Bindungen fördern.

**Fazit:** Ein voller Terminkalender bedeutet heute nicht automatisch Erfolg in der Zukunft. Wer sich nicht aktiv um Sichtbarkeit kümmert, überlässt seinen Marktanteil auf lange Sicht der Konkurrenz.



## MINDSET 2

# „UNSERE WEBSITE REICHT AUS, WIR HABEN JA EINE!“



Eine Webseite allein reicht nicht – sie muss die **richtigen Patienten anziehen** und die **falschen unauffällig aussortieren**. Praxen und Kliniken haben oft eine schicke Webseite, aber sie konvertiert kaum die richtigen Anfragen. Dabei sollte sie nicht nur informieren, sondern gezielt **hochpreisige Wunschpatienten ansprechen**, Vertrauen aufbauen und sie zur Terminbuchung führen.

Gleichzeitig filtert eine gut optimierte Seite unpassende Patienten automatisch heraus, indem sie klare Erwartungen setzt und die **richtige Ansprache wählt**. Wer seine Webseite nur als digitale Visitenkarte betrachtet, verschenkt enormes Potenzial und überlässt wertvolle Patienten der Konkurrenz.



## MINDSET 3

### „WIR SIND BEI GOOGLE & CO. GUT SICHTBAR. DAS REICHT!“

Auf Google gefunden zu werden, ist gut – **aber reicht das wirklich?** Wer glaubt, dass eine hohe Platzierung allein genügt, übersieht einen entscheidenden Punkt: Sichtbarkeit nur auf Abruf ist nicht gleich Umsatz. Nur weil Ihre Praxis oder Klinik bei Google erscheint, heißt das nicht, dass die **richtigen Patienten** auf Sie aufmerksam werden oder überhaupt eine Anfrage stellen.



Entscheidend ist, **wie Sie gefunden werden** und wer sich angesprochen fühlt. Wer nur auf allgemeine Begriffe setzt, lockt oft viele falsche Anfragen an oder wird mit unzähligen anderen Anbietern verglichen. Sichtbarkeit nur bei aktiver Suche ohne klare Positionierung führt dazu, dass potenzielle Patienten abspringen oder sich für günstigere Alternativen entscheiden.

Die richtige Strategie sorgt nicht nur für eine hohe Platzierung, sondern auch dafür, dass sich genau die Patienten angesprochen fühlen, **die Ihre Leistungen schätzen**, bereit sind zu investieren und langfristig bei Ihnen bleiben.

Eine starke Online-Präsenz und Retargeting zieht **hochwertige Anfragen** an – und sorgt dafür, dass Ihre Praxis bzw Klinik nicht nur sichtbar ist, sondern auch die richtigen Patienten gewinnt.



## MINDSET 4

### „WIR RUFEN ALLE ANFRAGEN AN, WIR LASSEN NICHTS LIEGEN.“

Die meisten Praxen und Kliniken sind überzeugt, jede Anfrage bestmöglich zu nutzen – doch in Wahrheit **gehen täglich wertvolle Patienten verloren**. Ein kurzer Rückruf reicht oft nicht aus, um hochpreisige Behandlungen erfolgreich zu vermitteln. Wer sich **nicht direkt abgeholt fühlt, wichtige Informationen nicht erhält** oder zu lange auf eine Antwort wartet, **entscheidet sich** für eine andere Praxis.

Ein professionelles System sorgt dafür, dass jede Anfrage sofort **strukturiert bearbeitet** wird, der Patient Vertrauen aufbaut, Interessenten weiter aufgewärmt und **gezielt zur Terminbuchung** geführt werden. Ohne klare Prozesse bleiben potenzielle Umsätze auf der Strecke und Patienten wählen am Ende den Anbieter, der sie besser betreut.

# 90% DER WEBSEITEN HABEN DIESE PROBLEME

WARUM IHRE WEBSITE WERTVOLLE ANFRAGEN VERLIERT UND WAS SIE DAGEGEN TUN KÖNNEN

Ihre Klinik oder Praxiswebsite ist Ihre **digitale Visitenkarte und Ihr bester “Vertriebspartner”**, der Ihnen tagein, tagaus neue Patienten bringt – doch nutzen Sie Ihr volles Potenzial?

Verbreitet sind Websites mit Informationen überladen, technisch veraltet oder nicht auf den Patienten ausgerichtet. Das Ergebnis? Potenzielle Premium-Patienten finden die Website nicht oder **verlassen sie wieder**, weil sie sich nicht angesprochen fühlen oder nicht wissen, wo sie klicken sollen. Gleichzeitig ziehen die meisten Websites die **falschen Patienten** an – nämlich die, die nur auf Preise achten und keine hochpreisigen Behandlungen buchen.



Die Wahrheit ist: 90 % aller Klinik & Praxis-Websites haben genau diese Schwächen:

## Problem 1: Die falschen Patienten werden angezogen

- Webseiten sprechen nicht die richtigen Zielgruppen an – sie wirken allgemein oder unstrukturiert.
- Hochpreisige Patienten, die Qualität suchen, fühlen sich nicht angesprochen und springen ab.
- Gleichzeitig kommen immer wieder Anfragen von preissensiblen Patienten, die nur vergleichen, aber nicht buchen oder nur Standardbehandlungen buchen.

## Problem 2: Die Website ist unübersichtlich und erschlägt den Besucher

- Viele Klinik-Websites sind mit zu vielen Informationen überladen – Besucher wissen nicht, wo sie klicken sollen.
- Texte sind oft kompliziert formuliert, zu lang oder nicht beratungspsychologisch optimiert.
- Patienten verlieren schnell das Interesse, weil sie den Mehrwert nicht sofort erkennen.



### Problem 3: Schlechte Sichtbarkeit in Google (SEO)

- Ohne gezielte Suchmaschinenoptimierung (SEO) bleibt die Website unsichtbar.
- Potenzielle Patienten, die nach hochwertigen Behandlungen suchen, finden stattdessen die Konkurrenz. Remarketing fehlt meist komplett.
- Die Klinik verliert wertvolle Kontakte, weil sie gar nicht erst entdeckt wird.



### Problem 4: Keine klare Strategie zur Patientenführung

- Keine klaren Call-to-Actions („Buchen Sie jetzt Ihre Beratung“, „Hier Kontakt aufnehmen“).
- Unklar, welche Leistungen besonders wichtig sind und wie der Patient zum nächsten Schritt geführt wird.
- Fehlende Landing-Pages für Werbekampagnen – wenn Besucher über eine Anzeige kommen, landen sie auf einer viel zu allgemeinen Seite , anstatt genau die Informationen zu sehen, die sie erwarten.

## Die Lösung: Struktur, Klarheit und gezielte Patientenführung

Oft schrecken Websites Patienten ab, anstatt sie gezielt zu führen. Unübersichtliche Strukturen, lange unverständliche Texte und fehlende klare Handlungsaufforderungen sorgen dafür, dass potenzielle Patienten abspringen.

Diese **drei entscheidende Faktoren** machen den Unterschied:

1. **Struktur & Übersicht** – Patienten müssen sofort finden, was sie suchen. Klare Navigation, gut platzierte Inhalte und ein logischer Aufbau sorgen für Orientierung.
2. **Gezielte Ansprache** – Hochwertige Patienten erwarten professionelle, verständliche Texte und ansprechende visuelle Inhalte, die Vertrauen aufbauen.
3. **Technische Optimierung** – Schnelle Ladezeiten, mobile Anpassung und SEO sorgen für Sichtbarkeit und bessere Conversions.

Mit einer strategisch optimierten Website werden aus Besuchern **gezielt die richtigen Patienten**.



# DIE 3 HÄUFIGSTEN FEHLER IM ONLINEMARKETING

## SO VERLIEREN SIE FÜNFSTELLIGE UMSÄTZE PRO MONAT

Die meisten Kliniken und Praxen investieren mittlerweile doch recht viel Zeit und Geld in ihre Online-Präsenz und **doch bleiben die perfekten Ergebnisse oft aus**. Anfragen kommen zwar, aber nicht die gewünschten. Hochpreisige Patienten, die Wert auf Qualität legen, entscheiden sich für andere Anbieter, während die eigene Klinik mit Preisdiskussionen oder unverbindlichen Anfragen beschäftigt ist.

### ScaleBeauty Geheimnis I:

#### Zu allgemeine Ansprache zieht Preiskunden an



Websites sprechen oft ein breites Publikum an, statt gezielt die Patienten zu erreichen, die auf Qualität und Expertise setzen. Wer allgemeine Phrasen wie „schöne Haut für alle“ oder „**ästhetische Behandlungen für jedes Budget**“ verwendet, zieht auch preissensible Kunden an, die vergleichen, aber nicht buchen. Die Lösung ist eine klare Positionierung: Inhalte sollten bewusst auf Patienten ausgerichtet sein, die nach den besten Ergebnissen suchen – nicht nach dem günstigsten Preis.

### ScaleBeauty Geheimnis II:

#### Fehlende Struktur auf der Website



Ein potenzieller Patient entscheidet **innerhalb weniger Sekunden**, ob er Vertrauen fasst oder die Seite verlässt. Zu viele Klinik und Praxis-Websites überfordern Besucher mit einer unübersichtlichen Navigation, langen Textblöcken oder unklaren Handlungsaufforderungen. **Wer nicht sofort erkennt**, welche Leistungen angeboten werden und wie der nächste Schritt aussieht, wird abspringen. Die Lösung ist eine klare Struktur: Eine **intuitive Navigation**, aussagekräftige Bilder und kurze, prägnante Texte, die gezielt durch den Entscheidungsprozess führen.

### ScaleBeauty Geheimnis III:

#### Unpräzises Marketing und keine Anzeigen



Verbreitet setzen Kliniken und Praxen auf Social Media oder Google Ads, ohne eine Strategie dahinter. Die Anzeigen sind nicht auf die **richtige zahlungskräftige Zielgruppe** abgestimmt, die Kampagnen führen auf unpassende Unterseiten oder es fehlen Retargeting-Maßnahmen, um Interessenten wieder abzuholen. Die Folge: Anfragen bleiben aus oder kommen von den falschen Patienten. Effektive Kampagnen brauchen eine **präzise Aussteuerung** – mit Landing-Pages, die genau auf die **beworbene Aussagen zugeschnitten sind** und Werbetexten, die die richtigen Patienten ansprechen und regelkonform sind. Vor allem wird Facebook und Instagram als wohl effektivste Plattform für Anzeigen oft unterschätzt.



# MITARBEITERGEWINNUNG ONLINE - SO GEHTS

## SO ENTSCHEIDEN SICH DIE GUTEN FACHKRÄFTE FÜR IHRE KLINIK BZW PRAXIS

In der ästhetischen Medizin ist es heute schwieriger denn je, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Viele Kliniken und Praxen schalten Anzeigen, doch die Bewerbungen bleiben aus oder es melden sich nicht die richtigen Kandidaten. Der Grund? Der Bewerbungsprozess beginnt oft falsch – mit **zu vielen Hürden** und einer unklaren Arbeitgebermarke.

Gute Bewerber informieren sich zuerst über die Klinik bzw Praxis, bevor sie sich bewerben. Eine professionelle Karriereseite mit echten Einblicken in den Arbeitsalltag ist daher entscheidend. Statt nur Stellenanzeigen aufzulisten, sollten dort **Mitarbeiterstimmen, Bilder aus dem Team und klare Vorteile** der Klinik bzw Praxis als Arbeitgeber aufgezeigt werden. Wer sich als moderner, wertschätzender Arbeitgeber präsentiert, zieht bessere Bewerber an.

Auch der Bewerbungsprozess sollte einfach strukturiert sein. Viele Kliniken und Praxen verlangen sofort ausführliche Unterlagen – doch je mehr Hürden es gibt, desto weniger Interessenten melden sich online. **Das ist eine Grundregel im Onlinemarketing** - und was anderes ist der Onlinerecruitingprozess nicht. Ein kurzes Kontaktformular oder eine Bewerbung in wenigen Klicks senkt die Einstieghürde und sorgt für mehr Bewerbungen.

Zusätzlich sind Social Media und gezielte Werbeanzeigen essenziell. Potenzielle Bewerber sind nicht aktiv auf Jobsuche aber sie reagieren auf ansprechende Inhalte. Wer **authentische Einblicke in den Klinikalltag gibt**, Mitarbeiter zu Wort kommen lässt und die Unternehmenskultur sichtbar macht, bleibt im Kopf und gewinnt langfristig mehr Fachkräfte. Weitere interessante Tipps gibt es monatlich aktualisiert im Blogbereich auf [www.scalebeauty.de](http://www.scalebeauty.de)

## BONUS-KAPITEL

# DAS SYSTEM FÜR HOCHPREISIGE PREMIUM-PATIENTEN - PLANBAR UND AUTOMATISIERT

DIE RICHTIGE STRATEGIE FÜR MEHR ZAHLUNGSKRÄFTIGE ONLINEANFRAGEN

1

Die Website als Qualitätsfilter:  
Die richtigen Patienten wie ein Magnet anziehen



Ihre Webseite ist der erste Eindruck, den ein potenzieller Premium-Patient von der Praxis bzw Klinik erhält. Er entscheidet darüber, ob sich ein Interessent angesprochen fühlt oder weitersucht. Eine gut optimierte Website muss deshalb zwingend:

- Hochwertige Patienten **gezielt ansprechen** und **preissensible Anfragen minimieren**
- Durch **professionelle Bilder, Texte und Struktur** das richtige Signal senden
- Vertrauen aufbauen und klare nächste Schritte für Interessenten definieren

Eine Webseite, die wahllos alle anzieht, führt zu mehr Beratungsaufwand, Ineffizienz und Preisdiskussionen. Eine, die gezielt die richtigen Patienten anspricht, sorgt für höhere Abschlussquoten und eine bessere Patientenqualität.



2

KI Werbeanzeigen, die gezielt Premium-Patienten ansprechen – und die anderen herausfiltern



Die meisten Anzeigenkampagnen werden allgemein gehalten und ziehen dadurch viele unqualifizierte Anfragen an. Oft scheitern sie an den speziellen Regeln im Medizinmarketing. Eine Kampagne effektiv nutzt:

- Hochwertige speziell formulierte Informationstexte, die sich **an Patienten richten, die Qualität und Selbstwert durch ein besseres Gefühl suchen**
- Exklusive Bilder oder Videos, die Kompetenz und Professionalität widerspiegeln
- Gezielte Zielgruppenauswahl, um sicherzustellen, dass nur Interessenten mit den richtigen finanziellen Möglichkeiten die Anzeige sehen (**Hochpreistargeting**)

Durch eine gezielte Pre-Qualifizierung über Werbeanzeigen werden Patienten bereits vor dem Klick gefiltert. So kommen nur die richtigen Interessenten auf die Ihre Klinik bzw Praxis-Website.



# 3

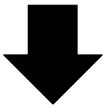
## Effiziente Lead-Bearbeitung – aus Anfragen werden zahlungsbereite Patienten



Ein qualifizierter Patient ist ein wertvoller Kontakt – doch wenn die Kommunikation nicht optimal läuft, verliert man ihn trotzdem. Eine **professionelle Lead-Bearbeitung** sorgt dafür, dass:

- Patienten schnell und individuell kontaktiert werden
- Interessenten gezielt automatisiert informiert werden, um die Entscheidung zu erleichtern
- Die Klinik als verlässlicher, hochwertiger Anbieter wahrgenommen wird

Dabei geht es nicht darum, einem Patienten eine hochwertigere Behandlung zu „verkaufen“, was gesetzlich nicht erwünscht ist, sondern ihm **durch eine Beratung den Mehrwert aufzuzeigen**. Wer sich gut betreut fühlt, entscheidet sich oft selbst für die bessere Option und nicht für das günstigste Angebot.



# 4

## Eigene Weiterbildungsplattform - Qualität und Wissen sichern und automatisiert weitergeben



Mitarbeiter müssen nicht nur Prozesse verstehen, sondern auch lernen, Patienten gezielt zu beraten. Eine interne **Video - Weiterbildungsplattform** ermöglicht es Kliniken und Praxen, Wissen einfach zu sichern und **weiterzugeben** – völlig automatisiert ohne zusätzlichen Aufwand.

- Automatisiertes Onboarding sorgt für eine **schnelle Einarbeitung neuer Mitarbeiter**.
- Praxisnahe Video-Module vermitteln effektive Beratungsmethoden, die den Patienten individuell informieren und professionell durch den Entscheidungsprozess führen.
- **Einfache Dokumentation** interner Abläufe stellt sicher, dass Wissen dauerhaft im Unternehmen bleibt.

Mit dieser Lösung steigern Sie für Ihre Klinik langfristig die **Beratungsqualität**, verbessern die Umsätze, reduzieren Einarbeitungszeiten und sorgen für eine gleichbleibend hohe Patientenzufriedenheit.

# FAZIT

Diese vier Elemente greifen **nahtlos ineinander** und **bilden ein System**, das gezielt hochwertige Patienten anzieht. Durch eine vorqualifizierende Website, strategische regelkonforme Werbeanzeigen, eine effiziente automatisierte Lead-Bearbeitung und ein durchdachtes Weiterbildungssystem steigern Kliniken und Praxen ihren Umsatz um bis zu **40 %** – ohne zusätzlichen Arbeitsaufwand für das Team. Hier liegen also große Chancen.

# KI & AUTOMATISIERUNG IN DER VERWALTUNG

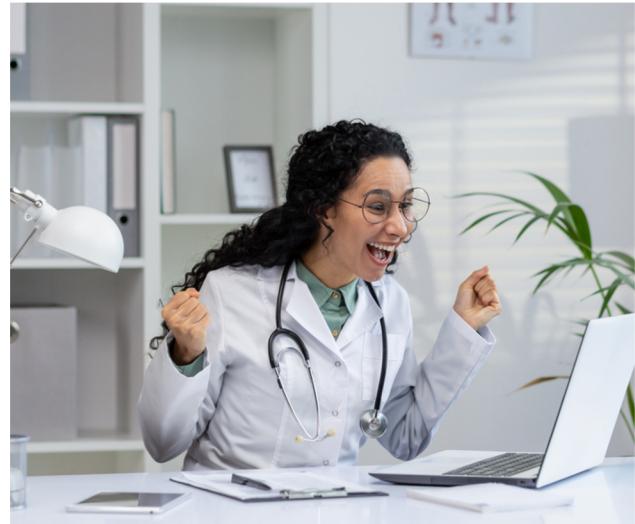
## Wie moderne Technologien Prozesse in Ihrer Klinik oder Praxis optimieren und Zeit sparen

Digitale Systeme können in einer Schönheitsklinik oder ästhetischen Praxis für **effizientere Abläufe** sorgen – von der Terminvergabe über die Patientenkommunikation bis hin zur Anfragenbearbeitung.

Doch Automatisierung und KI entfalten ihren vollen Nutzen erst, wenn die zugrunde **liegenden Prozesse klar definiert** und miteinander sinnvoll verknüpft sind. Nachfolgend führen wir Ihnen die **notwendigen Schritte** auf, die nacheinander bei der vollständigen Automatisierung von Prozessen immer einzuhalten sind.

### 1. Klare Abläufe schaffen, bevor automatisiert wird

Bevor digitale Lösungen eingeführt werden, sollten die wichtigsten Abläufe klar dokumentiert sein. Welche Schritte durchläuft ein Patient von der ersten **Kontaktaufnahme bis zur Behandlung**? Wo gibt es Engpässe oder wiederkehrende Aufgaben, die sich automatisieren lassen? Eine **saubere Prozessstruktur** ist die Basis für sinnvolle digitale Unterstützung.



### 2. Die richtigen Tools für jede Aufgabe wählen

Effizienz beginnt mit den passenden Systemen, die sich in den Praxisalltag integrieren lassen. Dazu gehören:

- **Termin- und Patientenverwaltung:** Systeme wie Doctolib, Samedi oder Tomedo erleichtern die digitale Organisation von Terminen und Patientenakten.
- **Lead-Management & Upsell Follow-Ups:** CRM-Systeme wie Pipedrive oder ClinicOffice sorgen dafür, dass keine Anfrage verloren geht. Ergänzend können automatisierte E-Mail-Sequenzen mit Tools wie ActiveCampaign oder Mailchimp eingerichtet werden, um potenzielle Patienten mit relevanten Informationen zu versorgen.
- **Kommunikation & Beratung:** Chatbots oder digitale Assistenten beantworten einfache Patientenfragen und entlasten das Team. Automatisierte SMS- oder WhatsApp-Erinnerungen reduzieren Terminausfälle.



...



### 3. Systeme intelligent verbinden

Oft sind in einer Praxis oder Schönheitsklinik verschiedene Softwarelösungen im Einsatz, die jedoch nicht miteinander kommunizieren. Durch **Schnittstellen** oder **Automatisierungstools** wie Zapier oder Make.com lassen sich Prozesse effizienter gestalten:

- **Patientenanfragen** von der Website werden direkt ins CRM übertragen und mit automatisierten E-Mail-Follow-ups verknüpft.
- **Terminbuchungen** lösen automatische Erinnerungen per SMS oder E-Mail aus.
- **Neue Anfragen** können durch ein KI-gestütztes System vorsortiert werden, um festzustellen, ob eine persönliche Beratung notwendig ist oder eine erste Informationsmail ausreicht.

### 4. KI erst als letzten Schritt einbauen

Sobald Prozesse klar strukturiert und miteinander verknüpft sind, kann künstliche Intelligenz flächendeckend eingesetzt werden, um Abläufe eigenständig zu übernehmen:

- **Content-Erstellung:** KI-gestützte Tools können automatisch Blogartikel, Social-Media-Beiträge oder Patienteninformationen erstellen, die gezielt an die Zielgruppe angepasst sind.
- **Anzeigenoptimierung:** Werbekampagnen können durch KI laufend analysiert und verbessert werden, sodass nur die besten Anzeigen weiter ausgespielt werden.
- **Datenbasierte Entscheidungen:** KI kann Muster in Patientendaten erkennen und Prognosen für Terminauslastungen oder Behandlungsnachfragen erstellen.
- **Bessere Beratung ohne Verkaufsdruck:** Durch KI-gestützte Beratungstools können Patienten gezielt informiert werden, ohne dass es sich wie ein verbotenes Verkaufsgespräch anfühlt.

## Automatisierung als Wettbewerbsvorteil nutzen

Eine effiziente digitale Infrastruktur **spart Zeit**, verbessert die Patientenkommunikation und sorgt für einen reibungslosen Ablauf in der Praxis. Wer die richtigen Systeme verknüpft und gezielt Automatisierung einsetzt, **profitiert von mehr Struktur**, besseren Anträgen und langfristig gesteigertem Umsatz – ohne zusätzlichen Verwaltungsaufwand.

# SO VERMEIDEN SIE TEURE ABMAHNUNGEN IHRER WERBUNG



## Das Heilmittelwerbegesetz ( HWG) einfach an Beispielen erklärt

Das Marketing für medizinische und ästhetische Behandlungen unterliegt in Deutschland strengen gesetzlichen Vorgaben. Das Heilmittelwerbegesetz (HWG) regelt genau, welche Aussagen zulässig sind und welche als irreführend oder unzulässig gelten. Verstöße können zu Abmahnungen oder rechtlichen Konsequenzen führen. Um rechtssicher zu werben, sollten Praxisbetreiber und Klinikleitungen folgende Grundsätze beachten.

### Sachliche Informationen statt Werbeversprechen:

Erlaubt sind sachliche, medizinisch belegte Informationen über Behandlungen, Methoden und Technologien. Aussagen müssen wissenschaftlich fundiert sein und dürfen keine übertriebenen Erfolgssäussichten suggerieren.

#### Unzulässige Formulierungen:

- „Garantierte Verjüngung ohne Risiken“
- „Sichtbare Ergebnisse in nur drei Tagen – absolut sicher“

#### Zulässige Alternativen:

- „Unsere Methode basiert auf wissenschaftlich geprüften Erkenntnissen“
- „Erfahren Sie mehr über minimalinvasive Verfahren zur Hautverjüngung“

### Verbotene Begriffe vermeiden:

Das HWG untersagt jede Art von Heilsversprechen, die absolute Sicherheit oder eine garantie Wirksamkeit suggerieren. Bestimmte Begriffe dürfen im Außenauftakt daher nicht verwendet werden.

#### Verbotene Begriffe:

- „Revolutionär“
- „Garantiert wirksam“
- „100 % sicher und risikofrei“

#### Zulässige Begriffe:

- „Innovative Methode“
- „Unterstützend“
- „Wissenschaftlich geprüft“

### Keine irreführenden Vorher-Nachher-Bilder

Bilder, **die Ergebnisse einer Behandlung zeigen**, sind laut HWG grundsätzlich verboten, wenn sie nicht zu medizinisch-wissenschaftlichen Zwecken genutzt werden. Werbebilder, die eine **unrealistische oder übertriebene Verbesserung suggerieren**, ebenfalls.

Erlaubt sind stattdessen neutrale Bilder, die die Klinik oder die Beratungssituation zeigen, ohne direkte Erfolgssäussagen zu vermitteln.

## Rechtssichere Werbetexte für Websites und Social Media:

Die Formulierung von Werbetexten muss immer sachlich und belegbar sein. Aussagen, die Angst oder Unsicherheiten ausnutzen, sind verboten.

### Unzulässige Formulierungen:

- „Diese Behandlung sorgt für eine vollständige Hautverjüngung ohne jegliche Risiken“
- „Endlich eine Methode, die garantiert funktioniert“

### Zulässige Alternativen:

- „Wir bieten individuell angepasste Behandlungen mit modernster Technologie“
- „Unsere Verfahren werden nach aktuellen wissenschaftlichen Standards durchgeführt“

## Werbung klar von redaktionellen Inhalten trennen:

Werbung muss immer als solche erkennbar sein. Auch **Blogbeiträge oder Fachartikel** dürfen nicht gezielt zu Werbezwecken missbraucht werden. Ein guter Ansatz ist es, Fachwissen zu vermitteln, anstatt direkt für Behandlungen zu werben.



## Disclaimer

Dieser Artikel stellt eine allgemeine Zusammenfassung der gesetzlichen Rahmenbedingungen des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) dar und dient ausschließlich der Information. Er ersetzt keine rechtliche Beratung durch einen spezialisierten Anwalt. Die rechtlichen Vorgaben können sich ändern und ihre Anwendung kann je nach individueller Situation variieren. Wir empfehlen, vor der Umsetzung von Werbemaßnahmen **eine juristische Prüfung durchzuführen**. Auch wir lassen unsere Inhalte regelmäßig von Fachanwälten überprüfen, um auf der sicheren Seite zu sein.



## TIPPS, DIE IHNEN VIELLEICHT JETZT SCHON WEITERHELPEN

### WARUM FACEBOOK & GOOGLE ANZEIGEN OFT SCHEITERN

#### Die häufigsten Fehler und wie Sie sie vermeiden

Werbeanzeigen auf Google und Facebook sind das effektivste Mittel, um neue Patienten zu gewinnen, wenn sie als Teil eines **ganzheitlichen Marketingsystems** eingesetzt werden. Ohne klare Strategie liefern Kampagnen oft kaum hochpreisige Anfragen oder verbrennen das Budget ohne messbare Ergebnisse. Oft liegt es an einer zu breiten Zielgruppenansprache, die nicht die richtigen Patienten erreicht.

Zusätzlich scheitern viele Anzeigen an den Werberichtlinien von Google und Facebook sowie dem Heilmittelwerbegesetz (HWG). **Direkte Werbeaussagen, Vorher-Nachher-Bilder oder Heilversprechen sind nicht erlaubt.** Erfolgreiche Kampagnen setzen daher auf eine clevere Umformulierung: Statt die Behandlung direkt zu bewerben, kann der Fokus auf dem gewünschten Endergebnis oder Zielgefühl für den Patienten liegen.

Auch die Anzeigen selbst werden oft zu generisch gestaltet. Erfolgreiche Kampagnen setzen auf **präzise formulierte, emotionalisierende Informationstexte**, ansprechende Bilder und eine gezielte Ansprache der richtigen zahlungskräftigen Zielgruppe.

Durch eine professionelle Strategie, rechtskonforme Anzeigentexte und eine optimierte Landingpage lassen sich die Ergebnisse **deutlich verbessern** und Werbeanzeigen werden zum effektiven Werkzeug, um hochwertige Patienten zu gewinnen.

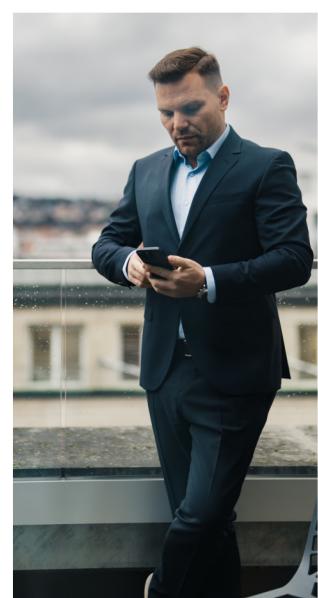
### WESHALB PATIENTENBEWERTUNGEN ENTSCHEIDEND SIND

#### Mehr Vertrauen, höhere Conversion – und wie Sie sie gezielt sammeln.

Positive Bewertungen und echte Patientenstimmen sind einer der **stärksten Faktoren** für die Entscheidung potenzieller Patienten. Vertrauen spielt eine zentrale Rolle, gerade im sensiblen Bereich der ästhetischen Medizin. Wer **authentische Erfahrungsberichte** vorweisen kann, steigert nicht nur die Glaubwürdigkeit, sondern auch die Conversion-Rate.

Um mehr qualifizierte Bewertungen zu erhalten, sollten Patienten aktiv und gezielt dazu ermutigt werden. Das kann über **automatisierte E-Mail-Sequenzen** nach einem Eingriff oder über einen persönlichen Hinweis nach einer erfolgreichen Behandlung geschehen. Wichtig ist, den Prozess so einfach wie möglich zu gestalten, beispielsweise durch einen direkten Link zur Bewertungsplattform oder eine einfache Anleitung.

Auch Video-Testimonials oder schriftliche Erfahrungsberichte für die eigene Website sind wertvolle Inhalte, die die Patientengewinnung unterstützen. Entscheidend ist, **echte Stimmen zu nutzen** und keine generischen Aussagen (z.B. durch KI erstellt). Wer den richtigen Zeitpunkt abpasst und einen klaren Prozess etabliert, profitiert langfristig von einem starken Vertrauensaufbau.





# WIE SIEHT DIE ZUSAMMENARBEIT AUS?

Mit dem **ScaleBeauty Online-Marketing-System** zu planbar mehr qualifizierten Premium-Patienten

Bauen Sie sich ein System auf, das Sie online enorm sichtbar macht, konstant Premium-Patienten anzieht und automatisiert Anfragen generiert.

## VEREINBAREN SIE EINE KOSTENLOSE POTENZIALANALYSE

Sie buchen auf **www.scalebeauty.de** ein unverbindliches Erstgespräch, in dem wir Ihre aktuelle Online-Präsenz und Ihr Potenzial analysieren.

1

Mit einem/r Mitarbeiter/in aus unserem Team sprechen Sie über Ihre bisherige Präsenz und **Ihr Vorhaben**. Wir finden heraus, ob und wie wir Ihnen helfen können.

## IHR TERMIN MIT EINEM EXPERTEN

Wenn wir Ihnen helfen können, gibt es im Folgenden ein ausführliches Gespräch mit unserem Experten, der Ihren **gesamten Onlineauftritt** analysiert

2

Wir zeigen Ihnen, **welche Strategien möglich sind**, um mehr Premium-Patienten zu gewinnen, Ihre Sichtbarkeit zu steigern und Ihre Praxis bzw Schönheitsklinik digital optimal aufzustellen. Danach stellen wir Ihnen Ihren **individuellen Strategieplan** für eine erfolgreiche Umsetzung vor.

3

Nach dem Austausch aller notwendiger Daten optimieren oder erstellen wir Ihre Website, planen Bild- und Videomaterial sowie Werbetexte und setzen die ersten Kampagnen um – alles in einer engen Abstimmung für **messbar bessere Anfragen** und mehr Umsatz. Im nächsten Schritt automatisieren wir die Leadverwertung. Auf Wunsch installieren wir Ihre eigene Weiterbildungsplattform für Ihr Team, um mehr Qualität in der Patientenberatung und Ausbildung neuer Mitarbeiter zu erreichen.

**Jetzt kostenlose Potenzialanalyse vereinbaren**  
**[www.scalebeauty.de](http://www.scalebeauty.de)**

Erfahren Sie in diesem Marketing-Report, wie Sie mit einem **strategischen Online-Marketing-System** gezielt hochpreisige Patienten gewinnen und den Umsatz Ihrer Klinik oder Praxis mit dem gleichen Aufwand um bis zu 40 % steigern.



**Jetzt kostenlose Potenzialanalyse vereinbaren**  
[www.scalebeauty.de](http://www.scalebeauty.de)

