LEITFADEN

DER GRÜNDUNGSFAHRPLAN DER ZSH

EIN LEITFADEN FÜR PRAXISGRÜNDER MIT LEIDENSCHAFT UND ZIELSTREBIGKEIT

INKL. PRAKTISCHER GRÜNDUNGS-CHECKLISTE!

www.zsh.de

ZSH
Finanzdienstleistungen

ZSH
Finanzdienstleistungen

1 Der Businessplan: Was die Bank wissen will

2 Erarbeiten Sie ein Praxiskonzept

3 Standortanalyse

4 Preis, Investitionen und Kosten unterscheiden

5 Investitionsplanung

6 Mindestumsatzkalkulation

7 Rentabilitätsvorschau

8 Rücklagen: Wirklich an alle Kosten denken

9 Mitarbeiter sind das größte Kapital

10 Schon vor der Gründung: Ans Marketing denken

11 Bohren Sie ruhig weiter, wir machen den Rest

12 Worauf Sie sich verlassen können

13 Checkliste: Existenzgründung Zahnarztpraxis

ZSH
Finanzdienstleistungen

Für den Weg zur eigenen Praxis gibt es einen Fahrplan

Die eigene Praxis, ganz nach den eigenen Wünschen gestaltet – diese Idee treibt viele bereits während des Studiums der Zahnmedizin an. Doch dann lassen Berge an Fragen und Unwägbarkeiten das Ziel unerreichbar wirken. Was also tun? Ganz einfach: Die Strecke zum Ziel in kleine Abschnitte unterteilen und sich von jemandem auf dem Weg begleiten lassen, der ihn genau kennt.

Wenn Sie Ihre eigene Praxis leiten möchten, sollten Sie eins bedenken: Wer selbstständig ist, ist sein eigener Chef, entscheidet alle wesentlichen Dinge selbst und genießt alle Freiheiten, die damit einhergehen. Gleichzeitig aber gilt es, und dies in nicht zu unterschätzendem Maße, Unsicherheiten und Belastungen auch über einen längeren Zeitraum auszuhalten – vor allem finanzieller Art. Ohne strategische Planung und einen ordentlichen Businessplan sollte man nicht an den Start gehen.

1 Der Businessplan

Wesentliche Grundlage für das Gespräch mit der Bank – vor Gründung bzw. Übernahme einer Praxis – ist der Businessplan. Da die wenigsten eine neue Praxis vollständig aus der eigenen Tasche werden bezahlen können, ist ein Finanzierungs- und Liquiditätsrahmen abzustecken. Doch ein Businessplan enthält noch mehr:

- Spektrum aller angebotenen Leistungen der Praxis
- Innovationsvorsprung
- Kenntnisse über Markt und Wettbewerb
- Marketing- und Vertriebskonzept
- Geschäftsmodell
- Qualifikationen und Management
- Abwägung Chancen und Risiken
- Finanzplanung

In vielen Städten gibt es Beratungsstellen für Gründer, die hier Hilfestellung geben können. Idealerweise finden Sie Unterstützung bei Beratern, die sich speziell in Ihrer Branche auskennen und den Businessplan auf Ihren konkreten Fall maßschneidern können. Dieses Whitepaper gibt einen Überblick über die verschiedenen Aspekte eines Businessplans.

2 Erarbeiten Sie ein Praxiskonzept

Wer seine eigene Praxis gestalten möchte, muss sich selbst viele Fragen ehrlich beantworten, bevor die Planung der Praxis überhaupt beginnen kann. **Fragen wie:**

- Wie soll meine Praxis ausgerichtet sein – möchte ich mich spezialisieren (z.B. auf Implantologie oder Kinder)?
- Warum sollen Patienten zu mir in die Praxis kommen – und nicht zur Konkurrenz gehen?
- Warum sollen sich Mitarbeiter für mich entscheiden – und nicht für die Konkurrenz?
- Möchte ich alleine arbeiten oder mit Partnern?
- Wo soll die Praxis eröffnet werden?

Diese Fragen sind wesentlich für das Wachsen und Gedeihen der Praxis.

3 Standortanalyse

Wer sich für die Stadt entscheidet, weiß, dass die Konkurrenz groß ist. Man muss sich also eine Alleinstellung erarbeiten, die einen entscheidenden Vorteil zur Konkurrenz bietet. In der Stadt ist auch das soziale Umfeld des Standortes mitentscheidend. Ein guter Standort kann die Qualität der Patienten erhöhen, die zu einem kommen werden. Auf dem Land ist die Konkurrenz meist eher gering. Dafür kommt ein breites Spektrum an Patienten mit unterschiedlichsten Problemen in die Praxis.

Es empfiehlt sich also, den Markt genau zu analysieren und alle Vor- und Nachteile eines Standortes zu notieren. Dann kann man sorgfältig abwägen und entscheiden. Und nicht vergessen: Der Bauch sagt oft eher als der Kopf, mit welcher Entscheidung man sich wohlfühlt.

4 Preis, Investitionen und Kosten unterscheiden

Die Frage „was kostet eine Praxis?“ lässt sich genauso wenig pauschal beantworten wie die Frage, was ein Auto kostet. „Von bis“ lautet die Antwort. Dabei spielen viele Faktoren eine Rolle: die Region in Deutschland, ländlich oder städtisch, Übernahme oder Neugründung.

Wichtig zu wissen ist auf jeden Fall, dass unter „was kostet?“ unterschiedliche Formen von Ausgaben zu betrachten sind. Die wollen wir zunächst einmal aufschlüsseln:

Der Preis

Der Preis bezeichnet...

- die Summe, die für die Übernahme einer Immobilie, in der ich eine Praxis gründen möchte, fällig wird,
- den Preis für die bestehende Praxis, die ich übernehmen möchte,
- oder den Preis, den ich zahle, um mich in eine Gemeinschaftspraxis einzukaufen.

Der Preis ist also eine – hoffentlich – einmalige Ausgabe.

Die Investitionen

Investitionen werden in der Regel bei Gründung wie Übernahme fällig. Bei der Gründung müssen die technische Einrichtung, die medizinischen Gerätschaften, die IT, das Mobiliar etc. angeschafft werden. Bei der Übernahme kann ich das Vorhandene eventuell zunächst weiter nutzen. Jedoch wird je nach Alter der Praxis nach und nach eine Erneuerung der gesamten Einrichtung – meist angefangen bei der IT – notwendig. Als Faustregel könnte man die Definition verwenden: Investitionen sind Ausgaben, die in der Praxis verbleiben und ihren Wert ausmachen.

Die Kosten

Unter die eigentlichen Kosten – oder besser gesagt die laufenden Kosten – fallen Ausgaben, die regelmäßig und wiederholt entstehen. Dazu zählen, u.a.:

- Mitarbeitergehälter
- Verbrauchskosten für Strom, Wasser und Telekommunikation
- Versicherungsbeiträge
- Kosten für Reinigungsarbeiten
- ein Teil der Steuern
- Kosten für den Steuerberater

5 Investitionsplanung

Neu gründen oder übernehmen?
Aktuell wird für viele Praxen eine Nachfolge gesucht. Bei einer Praxisübernahme haben Sie als Gründer den entscheidenden Vorteil, dass Ihnen zu bestimmten Fragen konkrete Informationen vorliegen:

Welche Patienten kommen in die Praxis, wie ist deren sozialer Status und Altersschnitt? Wie bewährt und beliebt ist der Standort, wie sieht die Verkehrsanbindung auch in Zukunft aus? Wie ist das Personal – und arbeitet es gern hier? Und vor allem: Wie sehen die Umsätze und die Umsatzrendite aus?
Wie ist die Mietsituation – gibt es einen langfristigen Vertrag? Wie viel muss ich noch investieren, um die Praxis auf den neuesten technischen und IT-Stand zu bringen bzw. bis es genau *meine* Praxis geworden ist?

Tipp zu bestehenden Verträgen:
Oftmals basieren übernommene Verträge auf veralteten Rahmenbedingungen. Prüfen Sie diese daher genau auf ihre Sinnhaftigkeit.

Alleine oder in Gemeinschaft?
Abgesehen von der Möglichkeit, eine Praxis allein zu führen, können Sie auch eine Praxisgemeinschaft oder Berufsausübungsgemeinschaft gründen – oder in eine solche einsteigen. Bei der Praxisgemeinschaft nutzen Sie Räumlichkeiten und Ressourcen gemeinsam, behalten aber den jeweiligen eigenen Patientenstamm und rechnen getrennt ab. Das heißt, der von Ihnen generierte Umsatz abzüglich der gemeinschaftlichen (z.B. Räumlichkeiten, Personal) und der persönlichen (z.B. Material, Fremdlabore) Kosten ergibt den persönlichen Gewinn.

In einer Berufsausübungsgemeinschaft werden die Patienten zwar eigenverantwortlich behandelt, abgerechnet wird jedoch gemeinsam. Das heißt, es bleibt auch ein gemeinschaftlicher Gewinn, der dann nach einem vorher festgelegten Schlüssel verteilt wird.

Finanzierungsplanung
Der Praxiskaufpreis errechnet sich nun aus folgender Formel:

Materieller Wert
+ ideeller Wert
+ Investitionen
+ Angebot und Nachfrage

= Praxiskaufpreis

6 Mindestumsatzkalkulation

Im nächsten Schritt gilt es, den Break-even-Point zu ermitteln: Ab wann kommen Sie mit Ihrer Praxis in die schwarzen Zahlen? Dazu sollten Sie eine Mindestumsatzkalkulation anfertigen. In dieser sind alle Ihre laufenden Kosten inkl. der Rückzahlungsrate für Ihre Investition aufgestellt. Zu den laufenden Kosten gehören vor allem Praxiskosten wie Personal, Material oder Mietkosten. Vergessen Sie jedoch nicht Ihre monatlichen privaten Ausgaben wie Steuerzahlungen, Zahlungen an das Versorgungswerk oder ganz generell Ihre Lebenshaltungskosten. Das Stichwort lautet hier: Unternehmergehalt.

Die 6:1-Regel
Für einen Zahnarzt, der nun wie ein Unternehmer agiert und behandelt wird, ergibt sich folgendes Bild: Ein selbstständiger Zahnarzt generiert einen monatlichen Umsatz, der alle entstehenden Kosten decken muss: die für die Praxis und die fürs Privatleben. Als Formel kurz ausgedrückt sieht das so aus:

Umsatz minus Kosten
= Gewinn plus AfA
= Cashflow minus Steuer minus KV minus VW
= Netto

Oder um die berühmte Bierdeckel-Formel zu verwenden: Von 6 Euro Praxisumsatz bleibt 1 Euro für den Konsum.

Im Klartext heißt das: Mit Ihrer Arbeit am Patienten erwirtschaften Sie den Praxisumsatz. Mit diesen Einnahmen müssen Sie alle laufenden, in der Praxis anfallenden Kosten begleichen. Aus der Differenz zwischen Umsatz und Kosten errechnet sich der Praxisgewinn. Doch der ist in keinem Fall mit einem Einkommen aus angestellter Tätigkeit gleichzusetzen. Denn die Rechnung geht noch weiter: Zu den Praxiskosten zählt die sogenannte AfA (Absetzung für Abnutzung) – eine fiktive Merkposition, mit der der laufende Wertverlust Ihrer Investitionen in den Gewinn senkende Kosten umgewandelt wird. Im Steuergesetz gibt es genaue Vorgaben dafür, wie lange welche Investitionsgüter abgeschrieben werden dürfen und wie sehr sie in dieser Frist den Gewinn senken. Daraus ergibt sich also zunächst ein höherer Nettoeinkommensbetrag – der allerdings zeitlich endlich ist.

Das KZVB-Jahrbuch gibt den durchschnittlichen Gewinn einer Praxis in Deutschland mit 157.300 Euro im Jahr an. Doch spätestens, wenn der Cashflow – also Gewinn plus AfA – klar ist, klopft das Finanzamt an die Tür. Als Faustformel kann man bei hohen Gewinnen damit rechnen, etwa 50 Prozent des Gewinnes an das Finanzamt abführen zu müssen. Diese Summe sollte also zurückgelegt werden.

7 Rentabilitätsvorschau

Nachdem Sie nun alle laufenden Ausgaben der Praxis und privat kennen, rücken die Einnahmen in den Vordergrund. In einer Rentabilitätsplanung geben Sie Auskunft, welche Einnahmen und welche Ausgaben in den nächsten 3 bis 5 Jahren anstehen und wie sich Ihre Praxis entwickelt. Bitte beachten Sie bei Ihrer Liquiditätsplanung, dass die Einnahmen zeitverzögert zu den Ausgaben kommen und Sie daher einen Puffer in Form eines Betriebsmittelkredits oder Kontokorrentkredits einplanen sollten.

Als angestellter Zahnarzt konnten Sie Ihr Nettoeinkommen leicht berechnen: Bruttoeinkommen minus Steuern minus Lohnnebenkosten = Netto. Auf der monatlichen Gehaltsabrechnung war alles leicht nachvollziehbar verzeichnet: Sozialabgaben wie Kranken- und Pflegeversicherung sowie Arbeitslosenversicherung, Versorgungswerkbeitrag und Lohnsteuern waren klar aufgelistet. Auf Ihr Konto gelangte lediglich das Nettoeinkommen, das nun für private Ausgaben frei zur Verfügung stand.

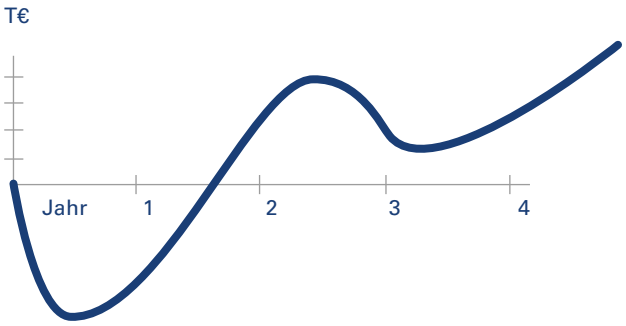
Als selbstständiger Unternehmer müssen Sie nun anders rechnen. Und dabei berücksichtigen, dass Sie als Praxisinhaber in den ersten drei Monaten erst einmal nichts verdienen.

8 Rücklagen: Wirklich an alle Kosten denken

Rücklagen zu bilden ist kein einfacher Vorgang. Das hängt mit dem Liquiditätsverlauf nach Gründung der Praxis zusammen (siehe Bild). In den ersten beiden Jahren werden vermutlich die Kosten (Investitionen etc.) durch den Umsatz noch nicht ganz ausgeglichen werden können. Denn die Praxisumsätze mit Kassenpatienten werden durch die KZVen zeitversetzt ausgezahlt – dies spürt man besonders zu Beginn der Selbstständigkeit!

Spätestens im dritten Jahr steigen die Gewinne so, dass erhebliche Steuerzahlungen fällig werden. Darüber hinaus kommen weitere Kosten auf Sie zu, die aus dem Cashflow zu begleichen sind – und kein Arbeitgeber trägt nunmehr die Hälfte: Gesetzliche Krankenversicherung plus Pflegeversicherung schlagen monatlich mit rund 880 Euro zu Buche, dazu kommen die Zahlungen für das Versorgungswerk.

Liquidität im Zeitverlauf



Bei der Liquiditätsplanung müssen Sie einkalkulieren, dass es bald nach der Gründung zu liquiditätswirksamen Einschnitten kommt: Wenn die AfA z.B. für den Praxiswert ausläuft und sich so die Steuerlast erhöht, ohne dass sich die Einkommenssituation geändert haben muss, fällt dies oft mit dem Einreichen der ersten Gewinnermittlung beim Finanzamt zusammen, aus der nicht unerhebliche Steuerforderungen resultieren werden. Kontoguthaben, die einmal sehr beruhigend aussahen, können nun in einem ganz anderen Licht dastehen!

Auf die Kosten zu achten, ist also lebenswichtig. Das zeigt auch die 5+5-Formel: 5 + 5 = 25. Sieht falsch aus? Nur auf den ersten Blick. Ausgeschrieben bedeutet die Formel: 5 Prozent niedrigerer Umsatz bei 5 Prozent steigenden Kosten ergeben einen Gewinnrückgang um 25 Prozent.

Womit wir beim größten Kostenfaktor angekommen sind:

9 Mitarbeiter sind das größte Kapital

Und zwar in jedem Wortsinn. Personalkosten machen etwa 35 Prozent der Gesamtkosten einer Praxis aus. Im Schnitt arbeiten in jeder Praxis vier bis fünf Praxishelfer/-innen. Deren Aufgabe ist es, Ihnen den Rücken freizuhalten, indem sie den Terminkalender verwalten, klassische Arbeiten wie Assistenz und Zahnreinigung etc. erledigen und im Übrigen dafür sorgen, dass in der Praxis eine angenehme Atmosphäre herrscht.

Doch hier ist zunächst der Arbeitgeber gefordert. Denn eine angemessene Bezahlung ist nur eine Seite der Medaille. Heute muss ein Arbeitgeber viel mehr berücksichtigen:

- Arbeitsumfeld schaffen, in dem Vertrauen vor Kontrolle geht
- Rücksicht auf familiäre Gegebenheiten nehmen
- Entwicklungsmöglichkeiten anbieten
- Alleinstellung im Konkurrenzumfeld bieten

Diese und weitere Kriterien zeichnen einen Arbeitgeber aus, der geachtet wird. Und das merken Ihre Patienten genauso. Machen Sie also Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch Ihre Patienten zu Ihren ersten PR-Mitarbeitern, die draußen positiv über Sie reden werden.

10 Schon vor der Gründung: Ans Marketing denken

Heute kommt kein Unternehmen mehr ohne geschicktes Marketing aus. Das gilt auch für eine Zahnarztpraxis. Der beste Tipp dazu: Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Patienten. Wie möchten Sie von Ihrem Zahnarzt behandelt werden? Was ist tatsächlich der Kundennutzen? Und was können Sie besser als Ihre Kolleginnen und Kollegen?

Der Kernnutzen für Ihre Patienten liegt nicht darin, dass diese möglichst oft zu Ihnen kommen. Im Gegenteil: Sie sorgen für optimale Prophylaxe und Hygiene, sodass Ihre Patienten das sehr gute Gefühl haben, in besten Händen zu sein. Dazu gehört es auch, dass Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für einen angenehmen Empfang sorgen. Das Ambiente sollte ein Übriges dazu tun: Aktuelle Zeitschriften, kostenloses WLAN, eine Spielecke für Kinder ... lassen Sie große und kleine Patienten vor der Behandlung zur Ruhe kommen.

Eine ansprechende Website ist heute ein unabdingbares Mittel, erstes Vertrauen neuer Patienten zu gewinnen – auch wenn diese auf Empfehlung zu Ihnen kommen. Eine freundliche Gestaltung ist dabei ebenso wichtig wie ein verbindlicher Text. Nehmen Sie hier professionelle Hilfe in Anspruch. Der Blick von außen hilft oft, das eigene Unternehmen noch besser und klarer darzustellen.

Das gilt auch, wenn es darum geht, Ihre Alleinstellung herauszuarbeiten und darzustellen. Wo sind Ihre Stärken, was machen Sie am liebsten, was machen andere gar nicht – diese und ähnliche Fragen klar zu beantworten hilft dabei.

Darüber hinaus sollte die Website auch interaktiv sein und Terminvereinbarungen online zulassen. Dann müssen Sie aber auf jeden Fall dafür sorgen, dass diese Termine auch mit den telefonisch vereinbarten abgestimmt sind und sicher funktionieren.

Sollten Sie überlegen, Social Media zu nutzen, bedenken Sie bitte: Hier gibt es nur ganz oder gar nicht. Wenn Sie sich dafür entscheiden, müssen Sie sich rund um die Uhr darum kümmern, schauen, was an Kommentaren eingeht, News posten etc. Social Media kosten Zeit. Wenn Sie die nicht übrighaben, beauftragen Sie Profis damit oder verzichten Sie darauf.

Noch ein Tipp: Nutzen Sie Ihr lokales Umfeld. Mit einem Blumenstrauß am Empfang sorgen Sie nicht nur für ein freundliches Entrée, Sie können auch mit einem kleinen Schild auf den Blumenladen nebenan aufmerksam machen. Oder am Obstkorb mit den Äpfeln zum „kräftig Zubeißen“ auf den Marktstand am Hauptplatz. So machen Sie mit wenig Aufwand andere Unternehmer zu Ihren Partnern.

11 Bohren Sie ruhig weiter, wir machen den Rest

Delegieren zu können, ohne die Kontrolle aus der Hand zu geben, ist eine wichtige Unternehmerqualität. Ein Berater, der sowohl die Praxis als auch die privaten Pläne im Blick hat und im Vorfeld die finanziellen Folgen bestimmter Investitionen und Entscheidungen analysieren kann, ist hier der richtige Partner. Und im Idealfall begleitet er Sie als fester Berater durch das (Arbeits-)Leben.

Ein Gründungsberater denkt ganzheitlich. Schließlich geht es um das gesamte Leben des Gründers. Eine Praxis zu finanzieren, ist dabei nur ein Aspekt. Denn was hat sie bzw. er denn so privat vor? Eine Familie gründen? Im eigenen Heim wohnen? Zeit und Geld für Reisen haben? Und wie hoch soll das eigene Gehalt sein? Nicht zu vergessen: die dann gegründete Familie finanziell abzusichern.

Ihr Berater wird Sie daher gerne auch bei Themen wie diesen unterstützen:

- Risikolebensversicherung (ohne die es in der Regel keinen Praxiskredit gibt)
- Krankentagegeldversicherung
- Berufsunfähigkeitsversicherung – Anpassung zur Deckung langfristiger Lebenserhaltungskosten
- Alters- und Pflegevorsorge
- Private Sachversicherungen
- Generelle Lebenserhaltungskosten
- Und so weiter

Deshalb ist Ihr Gründungsberater auch der ideale Partner für alle Finanz- und Versicherungsfragen – das ganze Leben lang. Denn keiner kennt die Konditionen, Umstände, Sorgen und Wünsche besser – und kann daher auch die Veränderungen im Leben begleiten. Wenn es also eine vertrauensvolle Zusammenarbeit bei der Gründung gegeben hat, ist es absolut sinnvoll, diese fortzusetzen. So können Sie mit Ihrem Berater einen klugen Plan für entsprechende Rücklagen entwickeln.

ZSH
Finanzdienstleistungen

12 Worauf Sie sich verlassen können

Als Zahnärztinnen und Zahnärzte sind Sie ausgewiesene Spezialisten auf einem schwierigen Gebiet. Sie müssen stets am Ball bleiben, um die Fortschritte in Medizin und Techniken an Ihre Patienten weitergeben zu können. Die Expertinnen und Experten der ZSH sind in gleichem Maße wie Sie Spezialisten: Die Gründungsberater der ZSH haben sich auf Themen rund um das Arbeiten und Leben von Zahnärzten spezialisiert.

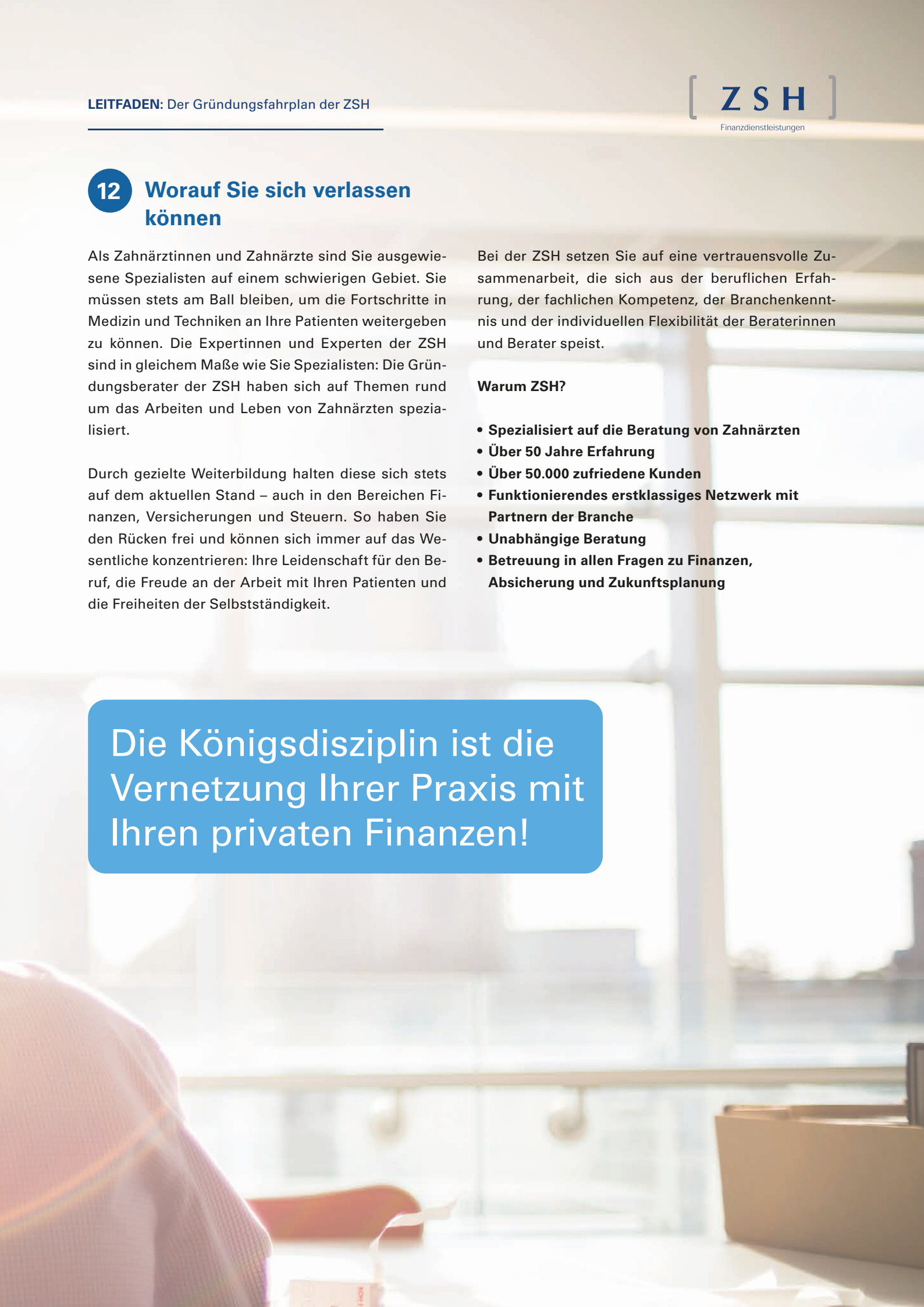
Durch gezielte Weiterbildung halten diese sich stets auf dem aktuellen Stand – auch in den Bereichen Finanzen, Versicherungen und Steuern. So haben Sie den Rücken frei und können sich immer auf das Wesentliche konzentrieren: Ihre Leidenschaft für den Beruf, die Freude an der Arbeit mit Ihren Patienten und die Freiheiten der Selbstständigkeit.

Bei der ZSH setzen Sie auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit, die sich aus der beruflichen Erfahrung, der fachlichen Kompetenz, der Branchenkenntnis und der individuellen Flexibilität der Beraterinnen und Berater speist.

Warum ZSH?

- **Spezialisiert auf die Beratung von Zahnärzten**
- **Über 50 Jahre Erfahrung**
- **Über 50.000 zufriedene Kunden**
- **Funktionierendes erstklassiges Netzwerk mit Partnern der Branche**
- **Unabhängige Beratung**
- **Betreuung in allen Fragen zu Finanzen, Absicherung und Zukunftsplanung**

Die Königsdisziplin ist die Vernetzung Ihrer Praxis mit Ihren privaten Finanzen!



ZSH Finanzdienstleistungen

13 Checkliste: Existenzgründung Zahnarztpraxis

1. Grundvoraussetzungen		Wer hilft weiter? ZSH	KZV / KAmmer	Netzwerkpartner*	erledigt?	Ihre Notizen
Gründungsalternativen	Praxisneugründung	✓	✓			
	Übernahme einer bestehenden Einzelpraxis	✓	✓			
	Gründung / Eintritt in eine(r) Praxisgemeinschaft	✓	✓			
	Gründung / Eintritt in eine(r) Berufsausübungsgemeinschaft (BAG):					
	• Örtlich	✓	✓			
	• Überörtlich (ÜBAG)	✓	✓			
	Gründung/Eintritt in ein(es) Medizinisches Versorgungszentrum(s) (MVZ)	✓	✓	✓		
Zulassungsvoraussetzung	Zweijährige Vorbereitungszeit		✓			
	Antrag auf Eintragung in das Zahnarztregister		✓			
	Antrag auf Zulassung		✓			
	Deckungsbestätigung der Berufshaftpflichtversicherung	✓				
	BAG-Vertrag			✓		
Standort und Wettbewerb	Wo möchten Sie Ihre Praxis eröffnen?	✓				
	Standortanalyse mit ZSH:					
	• Anzahl der Zahnärzte in der Umgebung?	✓				
	• Strukturdaten des Einzugsbereichs (soziodemografische Daten)?	✓				
	Welche zahnärztlichen Leistungen sind gefragt?	✓				
	Welche Praxen bieten identische Leistungen?	✓				
	Welche Leistungen können zusätzliche Nachfrage bringen?	✓				
Praxisräume	Lage und Beschaffenheit des Hauses	✓		✓		
	Beschaffenheit der Räume	✓		✓		
	Langfristiger Raumbedarf	✓				
	Miete vs. Eigentum	✓		✓		
	Vertragliche Voraussetzungen (Eigentum, Miete etc.)	✓		✓		

* Steuerberater, Marketing-Agentur, Fachanwalt, Dental-Depot, Architekt, Bank, Praxiscoach, Versicherer, Abrechnungsdienstleister, Personalvermittler, usw.

2. Betriebswirtschaftlicher Rahmen

		Wer hilft weiter? ZSH	KZV / KAmmer	Netzwerkpartner*	erledigt?	Ihre Notizen
Betriebswirtschaftliche Analyse	Investitions- und Kostenplanung (INKO)	✓				
	Vergleich mit Durchschnittswerten	✓				
	Persönlicher Finanzstatus und Finanzierungsbedarf (Ermittlung der Praxiskosten sowie der Kosten zur Deckung der Privatausgaben)	✓				
	Anlaufkosten der Praxis	✓				
	Zusätzlich bei Übernahme:					
	Informationen über Praxen zur Übernahme (Markt/Exposé)	✓				
	Umsatzentwicklung in der Vergangenheit, Erwartungen für die Zukunft	✓				
	Bewertung von Kostenstruktur, Ergebnissen, Cash-flow	✓		✓		
Praxisfinanzierung	Finanzierungsplanung	✓				
	Finanzierungsvergleich	✓				
	Moderation der Bankgespräche	✓				
	Liquiditätsmanagement und Hilfe bei Abrechnung	✓				
Absicherung	Versicherungen: • Absicherung gegen Berufsunfähigkeit und Todesfall, praxisbezogene Versicherungen	✓				
Praxisorganisation	Liquiditäts- und Forderungsmanagement			✓		
	Hilfe bei Abrechnung			✓		
	Praxiscontrolling	✓				
	Buchhaltung			✓		

* Steuerberater, Marketing-Agentur, Fachanwalt, Dental-Depot, Architekt, Bank, Praxiscoach, Versicherer, Abrechnungsdienstleister, Personalvermittler, usw.

ZSH Finanzdienstleistungen

3. Praxisführung

		Wer hilft weiter? ZSH	KZV / KAmmer	Netzwerkpartner*	erledigt?	Ihre Notizen
Praxis-, Personal- und Qualitätsmanagement	Medizinisch-technische Ausstattung			✓		
	EDV-Ausstattung (Abrechnung, Zahlungsverkehr-programme etc.)			✓		
	Digitale Vernetzung der Praxis	✓		✓		
	Mitarbeiterplanung (wie viele und welche Qualifikationen?)	✓		✓		
	Personalfragen bei Praxisübernahme klären	✓		✓		
	Internes Qualitätsmanagement		✓	✓		
	Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen	✓	✓	✓		
Leistungsangebot	Leistungsübersicht	✓				
	Welche besonderen Leistungen biete ich an?	✓				
	Was hebt mich von meinen Mitbewerbern ab?	✓				
	Kann ich Kooperationen eingehen?	✓				
	Verfüge ich über besondere Geräte (z. B. digitales Röntgen, 3D-Druck, CAD/CAM etc.)?	✓		✓		
	Wie können Erträge aus nicht-kassenzahnärztlichen Leistungen erzielt werden (z. B. Selbstzahlerleistungen, Gutachten)?	✓		✓		
	Erträge aus Einzelverträgen (z. B. Kooperation mit Pflegeheimen)	✓				
	Wie halte ich Können und Leistung auf dem neusten Stand?	✓		✓		
Marketingaktivitäten	Wie will ich Patienten gewinnen?	✓		✓		
	Wie stelle ich sicher, dass meine Patienten sich stets freundlich, aufmerksam und individuell behandelt fühlen?	✓		✓		
	Wie erreiche ich, dass meine Patienten wiederkommen und mich aktiv weiterempfehlen?	✓		✓		
	Wie stelle ich fest, ob meine Patienten zufrieden sind?	✓		✓		
	Wie biete ich private Zusatzleistungen an?	✓		✓		
	Wie erfahren Patienten, wenn ich neue Leistungen anbiete?	✓		✓		
	Welche anderen Praxen können mir Patienten überweisen?	✓		✓		
	Marketing-Konzept erstellen (Praxisgründung, -eröffnung, kontinuierliche Patientengewinnung, -bindung)			✓		
	Entwicklung/Erstellung/Beschaffung von Geschäftspapier und Informationsunterlagen			✓		

* Steuerberater, Marketing-Agentur, Fachanwalt, Dental-Depot, Architekt, Bank, Praxiscoach, Versicherer, Abrechnungsdienstleister, Personalvermittler, usw.

[ZSH]

Finanzdienstleistungen

ZSH GmbH Finanzdienstleistungen
Langer Anger 3-5
69115 Heidelberg

06221 837-0

info@zsh.de
www.zsh.de

01/2024