



ORIENTIERUNGSHILFE

AUF DEM WEG ZUR ERFOLGREICHEN PRAXISGRÜNDUNG





STELLEN SIE (SICH) DIE RICHTIGEN FRAGEN
DAS IST IHR KOMPASS!



10 STATIONEN

AUF DEM WEG ZUR ERFOLGREICHEN PRAXISGRÜNDUNG

1. STRATEGIE
2. PRAXISFORM.....
3. STANDORT.....
4. ENTSCHEIDUNGSHÜGEL.....
5. FINANZIERUNG.....
6. PERSONALPLANUNG.....
7. ABRECHNUNGSSERVICE.....
8. AUSSTATTUNG & EINKAUF.....
9. ORGANISATION.....
10. MARKETING.....

ZA Zahnärztliche Abrechnungsgesellschaft AG

Wertstr. 21 | 40549 Düsseldorf | fon 0211 5693-373 | fax 0211 5693-378 | mail info@die-za.de

1. STRATEGIE

WO SEHEN SIE SICH IN 10 JAHREN, PRIVAT UND BERUFLICH?

- Wollen Sie eine Praxis gründen?
- Wollen Sie eine Praxis übernehmen?
- Worin sehen Sie Ihre Stärken als Zahnarzt?
- Welche Kundenklientel wollen Sie erreichen, z.B. Angstpatienten, Kinder?
- Möchten Sie sich auf einen bestimmten Bereich spezialisieren? Wenn ja, welchen?
- Wollen Sie Patienten überwiesen bekommen?
- Wie wichtig sind Ihnen Fortbildungen, welche Zeit wollen Sie aufwenden?

- Welchen Stellenwert haben für Sie Freizeit/Hobbys/Freunde?
- Denken Sie über die Familienplanung nach?
- Wie wichtig ist Ihnen wirtschaftlicher Erfolg? Welche Umsatz-/Ertragsziele haben Sie?

- Was ist der Plan?
- Was kann passieren (worst case)?



Setzen Sie an den Anfang aller Überlegungen die Zieldefinition und eine Grobplanung mit der Timeline und den Milestones, die in die Detailplanung und Feinjustierung münden. Was das Ziel angeht: seien Sie mutig!

2. PRAXISFORM

SELBSTSTÄNDIG ODER ANGESTELLT, KAUF ODER ÜBERNAHME?

- Arbeiten Sie lieber im Team oder alleine?
- Worin sehen Sie Ihre Stärken als Vorgesetzter?
- Können Sie sich vorstellen mit einem Partner zusammenzuarbeiten?
- Wie stellen Sie sich Ihren Praxispartner vor (Charaktereigenschaften)?
- Soll er Sie durch Spezialisierung ergänzen?
- Wieviel Verantwortung wollen Sie übernehmen?
- Wer unterstützt Sie im Vorhaben eine Praxis zu gründen? Auch finanziell?
- Wieviel Startkapital steht Ihnen zur Verfügung?
- Welche Chancen, welche Risiken (Arbeitszeit, etc.) birgt die Entscheidung?



Die Selbstständigkeit bietet zur Realisierung aller Ziele (auch Familie) eventuell mehr Freiheit als die vermeintlich „bequemere“ abhängige Beschäftigung, weil sie mehr Gestaltungsmöglichkeiten und mehr Unabhängigkeit bei Entscheidungen eröffnet!

3. STANDORT

PRAXISSUCHE UND PRAXISBEWERTUNG

- Neige ich eher zu ländlicher oder städtischer Struktur?
- Bin ich bereits an einem möglichen Standort sozial verankert?
- Wer kann mir mit Daten bei der Entscheidung helfen?
- Was für eine Bedeutung haben Praxisbörsen? Welche Konsequenzen?
- Wie erfahre ich den Wert einer Praxis?
- Bei familiärer Prädisposition – entspricht das meinen eigenen Lebenszielen?



Wertermittlungsverfahren/Value-Methoden für ideellen Praxiswert und materieller Wert machen bei Übernahmen die (unterschiedlichen?) Erwartungen von Käufer und Verkäufer deutlich! Die Daten aus Praxisbörsen sind in der Regel mit (längerfristigen, nachteiligen?) „Verpflichtungen“ verbunden. Helfen können auch freie Anbieter auf Honorarbasis oder Banken. Seien Sie mobil - oft bieten sich in ländlichen, unterversorgten Gebieten große Entwicklungschancen.



4. ENTSCHEIDUNGSHÜGEL

WAS MUSS ICH ZU GEGEBENER ZEIT ENTSCHEIDEN?

- Will ich ein Praxislabor? In welcher Ausgestaltung?
- Welche Wertschöpfung will ich in der Praxis erbringen (Fräszentren, Cerec)?
- Mit welchen externen zahntechnischen Laboren arbeite ich zusammen?
- Welche Praxisverwaltungssoftware ist für mich die richtige?

- Wer begleitet mich bei den Zulassungserfordernissen?
- Wie stehe ich zu Kammer, FVDZ und anderen Standesorganisationen?
- Wie stehe ich zu den Kollegen (Stammtisch, Austausch, Einladung zur Eröffnung)?



Diese Station dient zur kontinuierlichen Sammlung von Entscheidungen, deren Bedeutung und Terminierung noch nicht eindeutig zu bestimmen sind. Hier können sich auch Anforderungen wiederfinden, die erst nach der Gründung geklärt werden müssen.

5. FINANZIERUNG

ZDF (ZAHLEN, DATEN, FAKTEN) – UND VERTRAUEN

- Wie hoch ist mein Kapitalbedarf? Mein Investitionsvolumen? Mein Eigenkapital?
- Gibt es Förderprogramme?
- Gibt es Leasingoptionen?
- Welche Bank bietet die beste Lösung? apoBank als berufsständisch verankertes Institut oder eher „branchenfremde Player“?
- Wie erstelle ich einen Businessplan mit Investitionsplan, Finanzierungsplan, Liquiditätsplan, Rentabilitätsrechnung?
- Wie eigne ich mir betriebswirtschaftliches Basiswissen an?



Setzen Sie Ihre (begrenzte) Energie richtig ein – legen Sie den Schwerpunkt bei der Entscheidungsfindung auf das Investitionsvolumen (intelligent sparen), weniger auf marginale Unterschiede beim Darlehenszins (Laufzeit 10 Jahre, 200 T€, 0,1 % = Orientierungswert 200,00 €/Jahr, Wert von 3 Behandlungseinheiten ca. 140 T€, 2 % Nachlass entspricht schon 2.800,00 €). Auch auf passgenaue Ausstattung achten, denn egal wie hoch der Zinssatz – das Investitionsvolumen müssen Sie selbst erwirtschaften.

6. PERSONALPLANUNG

EINER DER WICHTIGSTEN ERFOLGSFAKTOREN

- Wollen Sie kurz oder mittelfristig einen Ausbildungsassistenten einsetzen?
- Wollen Sie Auszubildende beschäftigen?
- Haben Sie eine Vorstellung über die zum Start notwendige Mitarbeiterzahl (Stuhlassistenz, Verwaltung, Prophylaxe)?
- Welche Qualifikationen stellen Sie sich bei Ihren Mitarbeitern vor?
- Machen Sie sich schon jetzt Gedanken über Teambuildingmaßnahmen (Teamentwicklung: Forming, Storming, Norming, Performing gemäß Tuckman aus 1965)?
- Welchen Führungsstil wollen Sie umsetzen?



„Sie suchen Mitarbeiter, und es kommen Menschen“ – die Personalauswahl und die Zusammensetzung des Teams ist bei Start-ups einer der wichtigsten Faktoren. Sparen Sie nicht am Personal – es zahlt sich aus. Bessere Qualifikation bringt ein attraktiveres Klientel, zufriedener Patienten, bessere Erträge. Menschen sind für den Erfolg oft entscheidender als die Ausstattung!



7. ABRECHNUNGSSERVICE

DAS ERLEICHTERT DIE KONZENTRATION AUF IHRE KERNKOMPETENZ

- Wollen Sie Ihren administrativen Aufwand begrenzen?
- Können Sie Ihren Privatanteil am Honorarumsatz einschätzen (z.B. bei Praxisübernahme)?
- Können Sie eventuell zum Start auf eine reine Abrechnungsfachkraft verzichten?
- Sind Sie selbst fit in Abrechnungsfragen, um wirklich auch das angemessene Honorar für die Leistung zu erzielen?



Gemäß KZBV-Jahrbuch 2016 liegt der Privatanteil am Honorarumsatz einer Praxis bei fast 50 %, der Zeitaufwand eines Praxisinhabers für die Praxisverwaltung hat sich von 2000 zu 2013 um über 10 % weiter erhöht (Zeit für Behandlung 2013 34,3 Std. (2000 35,8 Std.), für Praxisverwaltung 2013 8,2 Std. (2000 7,4 Std.), sonstige Arbeitszeit 2013 4,6 Std. (2000 4,9 Std.)). Es lohnt sich also, einige Gedanken zu verschwenden!

ABRECHNUNGSSERVICE

WIE KANN SIE DIE ZA BEI DIESER STATION UNTERSTÜTZEN?

DURCH DAS ZA:ABC

DURCH DIE ABRECHNUNGSFEUERWEHR

DURCH ZA:FIBUDOC OPOS

DURCH ZA:FACTOR START UP



ZA:ABC

ABRECHNUNG, BERATUNG, COACHING

In sportlichen Halb- oder Ganztagsangeboten wird das Praxisteam fit gemacht für die Abrechnung, die Praxisabläufe und das Praxismanagement. Temporär oder dauerhaft durch individuelle Beratung, begleitendes Coaching oder Teamschulungen:
Potenzialcheck | Abrechnungcheck | Abrechnungcoaching



Sie werden durch die Unterstützung der ZA alle Leistungen realisieren lernen, die Sie erbracht haben, und somit Ihre Ertragssituation verbessern. Durch unsere strategische Begleitung optimieren Sie die Praxisorganisation und entdecken unerkannte Potenziale.

ABRECHNUNGSFEUERWEHR

EIN ANRUF GENÜGT

Quartalsende, Krankheitsausfall, Kündigung, Urlaub - die Abrechnungsfeuerwehr der ZA übernimmt unter Beachtung aller gesetzlichen- und datenschutzrechtlichen Vorgaben schnell und unbürokratisch alle anstehenden Aufgaben rund um die Abrechnung.



Bei plötzlichem Ausfall Ihrer Abrechnungsfachkraft vermeiden Sie einen Arbeitsstau und erhalten sich die Liquidität. Eine personelle Absicherung durch eine Mitarbeiterin oder durch Sie als Praxisinhaber entfällt.

ZA:FACTOR

MEHR ALS FACTORING. UNSERE LEISTUNGSMERKMALE. FÜR SIE.

Beim Factoring überträgt ein Praxisinhaber die Forderung gegenüber Patienten an die ZA. Die ZA übernimmt die Rechnungen und zahlt den offenen Betrag umgehend an die Praxis. Damit sichert der Praxisinhaber seine Liquidität und schützt sich vor Zahlungsausfällen. Mit unserem differenzierten Leistungsangebot unter ZA:factor erfüllen wir die unterschiedlichsten Anforderungen. Denn als berufsständisch geprägtes Unternehmen kennen wir die Wünsche der Praxen sehr genau.

Kompetente GOZ-Services | 100 % Ausfallschutz
Liquiditätssicherung | Adressrecherche
Argumentation gegenüber Kostenerstattern
Unbürokratische Teilzahlungsangebote für Ihre Patienten
Abrechnungshotline
Innovative Kommunikation über ZA:LIVE
Begleitende Services wie Abrechnungsfuerwehr



Sie entlasten sich und Ihr Team von aufwändiger Administration, ersparen sich Argumentationen gegenüber Kostenerstattern und erleichtern mittelbar Ihrem Patienten die Entscheidung für eine medizinisch höherwertige Behandlungsmaßnahme durch attraktive Teilzahlungsmöglichkeiten.

Diese Leistungsmerkmale sind Bestandteil von
ZA:factor POWER | ZA:factor WIN | ZA:factor WOW

ZA:FIBUDOC OPOS

EINE INTELLIGENTE VERBINDUNG

Das Software-Tool ZA:fibudoc OPOS verknüpft die Daten der Bank mit denen der Praxissoftware. Die einzelnen Patientenzahlungen werden automatisiert den offenen Posten in der Praxissoftware zugeordnet, fehlerfrei und vollständig. Nach Abschluss eines entsprechenden Lizenzvertrages wird die Software durch die ZA installiert und kann unmittelbar genutzt werden.



Gleichermaßen für kieferorthopädische wie für rein zahnärztliche Praxen reduziert die Software den Aufwand rund um die offene Postenverwaltung. Sie gewinnen Zeit, die Buchhaltung wird sicherer (GOB-konform) und die Praxiszahlen werden transparenter.

ZA:FACTOR START UP

VARIANTE I – FACTORING AUF PROBE

Aller Anfang ist leicht.
Denn ZA:factor START UP ist optimal zugeschnitten auf Ihre Bedürfnisse als Praxisgründer.

VARIANTE I

FACTORINGABSCHLAG VOM FORDERUNGSBETRAG
MIT GRUNDABSCHLAG (1,99 € JE RECHNUNG)

1.-6. Monat 0,0% + Grundabschlag
7.-12. Monat 1,5% + Grundabschlag
13.-18. Monat 2,0% + Grundabschlag
19.-24. Monat 2,5% + Grundabschlag



Variante I empfiehlt sich bei einer geringeren Anzahl von Privatliquidationen mit jeweils eher höheren Rechnungsbeträgen.

ZA:FACTOR START UP

VARIANTE II – TEST OHNE RISIKO

ZA:factor START UP.
Damit Sie sich auf das Wichtigste konzentrieren können: die ersten Patienten.

VARIANTE II

FACTORINGABSCHLAG VOM FORDERUNGSBETRAG
OHNE GRUNDABSCHLAG

1.-6. Monat 0,5%
7.-12. Monat 2,0%
13.-18. Monat 2,5%
19.-24. Monat 3,0%



Variante II empfiehlt sich bei einer größeren Anzahl von Privatliquidationen mit jeweils eher geringeren Rechnungsbeträgen.

8. AUSSTATTUNG & EINKAUF

KÜHLEN KOPF BEWAHREN

- Plane ich selbst oder mit einem Architekten/Innenarchitekten?
- Wer ist geeignet für die technische Planung?
- Brauche ich ein klassisches Depot?
- Kann ich die Anschaffungen online bestellen (Online direkt oder AERA als Plattform)?

- Was brauche ich unbedingt, was ist „nice to have“?
- Lege ich Wert auf durchweg neue Ausstattung?
- Trägt die Anschaffung zur Wertschöpfung bei (DVT, Schienenherstellung)?



Fast jedes klassische Depot hat inzwischen eine Internettochter – alle bedienen sich der wenigen deutschen Logistikcenter. Deshalb kann eine Online-Plattform Geld sparen. Zwecks Preisorientierung empfehlen sich bei der Materialbeschaffung Schwerpunkte (z.B. Einweg Eigenmarken, Implantate, Abformung, Anästhesie, Füllungsmaterialien, Endo, Cerec, Hygiene/Desinfektion), um die Preisvorteile nicht durch Administration zu konterkarieren!

9. ORGANISATION

DAS IST TEAMAUFGABE

Keine Fragen, sondern mit Blick auf QM und Arbeitsabläufe Notwendigkeiten:

- Verantwortlichkeiten klären
- Prozesse definieren (Sterilisation, Dokumentation)
- Hygienemanagement installieren
- Teambesprechungen und Kontrollregeln installieren
- Pflichtschulungen mit Kammer abklären
- Gesetze, Richtlinien und Verordnungen beachten
- Schlanke Organisation
- Betriebswirtschaftliche Steuerung (ZA: fibudoc OPOS, CONTROL)



Nur durch die Akzeptanz des Praxisinhabers kann das Ziel eines funktionierenden Qualitätsmanagements erreicht und sogar Zeit gespart werden!

10. MARKETING

UNVERZICHTBAR AUCH BEI HOHER FACHLICHER QUALIFIKATION

- Wie kann ich meine Patienten begeistern?
- Wie bekomme ich die Patienten, die ich will?
- Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?
- Welchen Mitbewerbern muss ich mich stellen?
- Welche aktiven Gewinnungs- und Kundenbindungsmaßnahmen kann ich einsetzen (Tag der offenen Praxis, Online Terminvereinbarung, Presse, etc.)?
- Welcher Netzwerke kann ich mich bedienen (Kindergarten)?
- Habe ich ein Gesamtkonzept mit Profilierung und Wiedererkennung (auch Praxislogo)?
- Was sind meine „Kernbotschaften“?
- Wie stehe ich zu Social Media?
- Wie professionell ist meine Website?
- Wie gehe ich mit Bewertungsplattformen um?



Eine professionelle Praxis-Website ist ohne Alternative (laut „Arztportal“ holen sich darüber 70 % der Patienten Infos über Basisdaten einer Praxis, bei 5 – 7 Minuten erstrebenswerter Verweildauer). Ist der Praxisinhaber eher behandlungsorientiert (introvertiert), dann sollte er eine kommunikative Mitarbeiterin an verantwortlicher Stelle einsetzen. Und eine Grundregel ist halt immer noch gültig: Durchgängigkeit und Authentizität bei Konzept und Persönlichkeit!





Diese Orientierungshilfe haben wir auf Basis unserer berufsständischen Expertise nach bestem Wissen zusammengestellt. Sie soll als Checkliste dienen und Anregungen geben, erhebt aber nicht den Anspruch der Vollständigkeit. Mit Ausnahme der Einbindung unserer eigenen Abrechnungsdienstleistungen verbinden sich mit den Inhalten keinerlei wirtschaftliche Interessen unsererseits. Vielmehr sehen wir unsere Aufgabe in einer möglichst neutralen und objektiven Begleitung der „Expedition“.

Und für Sie wichtig: Wir können Ihnen bei allen Fragen kompetent beratend zur Seite stehen. Wenden Sie sich einfach an Ihren Kundenbetreuer, der Ihnen den themenbezogen richtigen Ansprechpartner nennen kann.

Wir wünschen Ihnen auf Ihrem individuellen Weg die richtigen Entscheidungen und eine erfolgreiche Zielerreichung.

Ihr Team der ZA