

## Leitfaden zur Erstellung eines Gründungskonzeptes

### Inhalte des Gründungskonzeptes:

#### I. Zusammenfassung

Die Zusammenfassung ist wie der Klappentext eines guten Buches. Der Leser informiert sich in Kürze über den Inhalt. Daher dient die Zusammenfassung der wesentlichen Konzeptinhalte einer schnellen Beurteilung Ihres Vorhabens. Wenn Sie auf den ersten zwei Seiten das Interesse des Lesers gewinnen, wird er sich die Zeit nehmen Ihr Konzept vollständig zu lesen und zu bewerten. Die Zusammenfassung ist die Eintrittskarte in die „nächste Runde“.

- Geben Sie hier also einen kurzen Überblick über Ihr Gründungsvorhaben
- Beschränken Sie sich dabei auf die wesentlichen Aussagen und den Kern Ihres Konzeptes
- Schreiben Sie die Zusammenfassung zuletzt, erst dann können Sie Ihre Ideen und Ziele konkret formulieren

#### II. Profil des Praxisgründers

Die Vorstellung des Praxisgründers vermittelt dem Leser wichtige Informationen über dessen Eignungen hinsichtlich seiner fachlichen, kaufmännischen und sozialen Kompetenz sowie seiner Persönlichkeit. Beschreiben Sie auch Ihre Verantwortungsbereiche und Erfolge bei bisherigen Arbeitgebern.

- Haben Sie bereits eine Weiterbildung zum Fachzahnarzt
- Was sind Ihre Motive für die Selbstständigkeit?
- Welche kaufmännischen Qualifikationen haben Sie?
- Wo liegen Ihre Stärken/Schwäche und wie werden Schwächen ausgeglichen?

#### III. Gründungsidee

Geben Sie Ihre Ideen zu Ihrem Praxismodell wieder und verdeutlichen Sie, welche Ziele Sie langfristig verfolgen möchten und wie Sie sich Ihre Praxiszukunft vorstellen. Vor allem für Geldgeber, aber auch für Ihre Familie und Personen, die von Ihrer Selbstständigkeit direkt oder indirekt betroffen sind, ist es wichtig, eine Vorstellung

davon zu bekommen, wo die Reise hingeht. Vermitteln Sie ein Bild davon, wo Ihre Praxis in 3, 5 und 10 Jahren stehen wird. Geben Sie eine klare Vorstellung der kommenden Etappen und stellen Sie auch die Strategien und Instrumente dar, mit denen Sie diese Ziele erreichen wollen. Mit der Darstellung Ihrer Zukunftsvision können Sie noch einmal Ihre volle Motivation für die eigene Praxisgründung zum Ausdruck bringen. Vermitteln Sie Ihren „Unternehmergeist“.

#### IV. Leistungsspektrum

Hier beschreiben Sie Ihr Leistungsspektrum und Ihr Praxiskonzept! Also; welche Patienten sollen in Ihre Praxis kommen und warum sollten sie gerade in Ihrer Praxis behandelt werden?

- Welche Behandlungen bieten Sie an?
- Was ist besonders an Ihrer Leistung und welchen Nutzen hat sie für Ihre Patienten?
- Was ist das Alleinstellungsmerkmal Ihrer Praxis? Was ist in Ihrer Praxis anders/besser?
- Welche gesetzlichen Formalitäten sind zu erledigen? (Zulassungen, Genehmigungen)
- Wie sind die Zukunftsaussichten für Ihre Leistungen?

Diesen Teil des Konzeptes sollten Sie so detailliert wie möglich beschreiben, er bildet den Kern Ihrer unternehmerischen Tätigkeit! Gerade in wettbewerbsintensiven Branchen legen Geldgeber großen Wert auf ein durchdachtes und stimmiges Konzept.

#### V. Markt

Für die Abschätzung des Marktes ist es wichtig, welche Zielgruppe Sie ganz speziell mit Ihrem Leistungsspektrum ansprechen. Es macht einen deutlichen Unterschied, ob Sie mit Ihrem Angebot alle Menschen als potentielle Patienten Ihrer Praxis ansprechen, quasi als „Hauszahnarzt“ oder sich auf eine Nische konzentrieren (z.B. hochpreisiger Zahnersatz, Kinderzahnheilkunde, Oralchirurgie, Kieferorthopädie, etc.). Nachdem Sie durch Ihre Weiterbildung und das Leistungsspektrum festgelegt haben, wer ihr Patient werden soll, gilt es, den Markt, in dem Sie tätig sein werden, zu beschreiben. Überlegen Sie, wie Ihre Wunschpatienten den Weg in Ihre Praxis finden.

- Wodurch kennzeichnet sich Ihre Branche?
- Wodurch kennzeichnet sich Ihr Markt?

- Welcher Trend zeichnet sich ab?
- Wie groß ist die Nachfrage für Ihre Leistungen?
- An welchen Patienten richtet sich Ihr Angebot? (Altersgruppe, Einkommensgruppe, Beschwerdebild, etc.)
- Wie gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Patienten ein?
- Können Sie auf bestehende Patientenkontakte zurückgreifen?

## VI. Wettbewerbssituation

Die Frage, die hier beantwortet werden soll ist: Auf welchem „Spielfeld“ bewegen Sie sich und gegen wen müssen Sie antreten? Und ganz wichtig: nach welchen Regeln wird gespielt? Erklären Sie die Stärken Ihrer Praxis und stellen Sie dar, wie Sie sich von den Mitbewerbern abheben werden.

- Haben Sie Mitbewerber? Wenn ja, sind Ihre Mitbewerber eher einige große oder viele kleine Praxen? Haben Sie Spezialisierungen? Wie ist die Altersstruktur der Mitbewerber? Welche technische Ausstattung haben die anderen Praxen?
- Wo liegen, beurteilt aus Patientensicht, die Stärken/Schwächen Ihrer Mitbewerber?
- Was sind die Stärken Ihrer Praxis bzw. wie heben Sie sich von den anderen Praxen ab? Gibt es einen Zusatznutzen für die Patienten?
- Wie ist die Marktaufteilung unter den Mitbewerbern?

## VII. Standort

Die Bedeutung der Standortwahl ist groß. Den „richtigen“ Standort zu finden ist abhängig von dem Konzept, der Zielsetzung und den Besonderheiten Ihrer Praxis. Verdeutlichen Sie Ihre Beweggründe für die Standortwahl und erklären Sie, warum Ihr Konzept für diesen Standort genau richtig ist.

- Welchen Standort haben Sie gewählt? (Lage, Größe, Zuschnitt, Verkehrsanbindung, Parkplätze, Barrierefreiheit, Sichtbarkeit, Nähe zur Zielgruppe, technische Infrastruktur, Mietpreis etc.)
- Wieso haben Sie diesen Standort gewählt? (Vor-/Nachteile)
- Wie bedeutend ist die Standortwahl für Ihre Praxis/Ihre Branche?
- Wie wird sich der Standort künftig entwickeln und passt die Entwicklung zum Leistungsspektrum?

## VIII. Marketing

Sie haben Ihr Leistungsspektrum definiert und Ihre Wunschpatienten identifiziert. Entscheiden Sie, wie Ihre Wunschpatienten von Ihrem Angebot erfahren und den Weg in die Praxis finden. Entwickeln Sie Ihre eigene Strategie für Ihr Praxismarketing!

Preisgestaltung: Wie sieht Ihre Kalkulation für Zuzahlerleistungen und den Prophylaxebereich aus? Vergleichen Sie die Leistungen am Markt, um Ihren Preis besser kommunizieren zu können. Die Preisgestaltung hat Auswirkungen auf ihren wirtschaftlichen Erfolg.

Marketing ist vor allem auch Ihre Kommunikation nach außen.

- Welche Kommunikationsmittel und -kanäle nutzen Sie und warum?
- Erreichen Sie damit wirklich die gewünschten Patienten?
- Wie sieht das Marketing der anderen Praxen aus?
- Welche Kosten veranschlagen Sie für Ihre Marketingmaßnahmen?

## IX. Praxisorganisation

Alle anfallenden Aufgaben der Praxis müssen erledigt werden, von der Behandlung, über die Assistenz, der Aufbereitung, Prophylaxe, ggfls. Labor, Verwaltung und Abrechnung. Beschreiben Sie hier, wer die Aufgaben übernimmt, mit welchem Personaleinsatz sie planen und wie sie Ihr Personal für sich gewinnen und an sie binden wollen.

- Wer ist/sind der/die Praxisgründer?
- Welche Funktionsbereiche und Aufgabenfelder müssen in der Praxis abgedeckt werden und wer übernimmt sie?
- Wie hoch ist der notwendige Personalbedarf? (Begründen Sie die Auswahl Ihrer Mitarbeiteranzahl und deren benötigte Qualifikationen)
- In der Branche sind überwiegend weibliche Mitarbeiterinnen beschäftigt: diese arbeiten häufig in Teilzeit: kann dies Auswirkungen auf den Personalbedarf haben?

## X. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien - Der Zahlenteil

Der 3-Jahresplan bildet Ihr gesamtes Gründungsvorhaben noch einmal ab. Diesmal allerdings in Zahlen. Er dient auch als Grundlage für Ihr späteres Controlling. Erstellen

Sie die Planrechnungen monatsgenau für 3 Jahre und planen Sie jeweils optimistisch, pessimistisch und realistisch. Erstellen Sie eine Rentabilitätsplanung und darauf aufbauend eine Liquiditätsplanung. Ermitteln Sie, wie hoch Ihre Privatentnahme für Ihren eigenen Lebensunterhalt (Miete, Lebensunterhalt, Steuern, Versorgungswerk, etc.) sein muss. Die Zahlen für die Planrechnungen sind größtenteils zu recherchieren, oder durch Angebote zu erfragen. Problematisch ist die Umsatzschätzung. Hier helfen Durchschnitte als grobe Richtwerte, die Sie von Ihrer jeweiligen Kammer erhalten können.

Tipp: Erstellen Sie sich eine eigene Excel-Tabelle, damit Sie sich darin zurechtfinden und diese auch später noch tatsächlich nutzen!

### XI. Kapitalbedarf und Finanzierung

Hier ermitteln Sie Ihren Kapitalbedarf für Investitionen und Betriebsmittel und erläutern, wie Sie diesen decken wollen. Wenn Sie Fremdkapital benötigen, sollten Sie die unterschiedlichen Quellen, die Ihnen offen stehen, recherchieren und auf Ihre Konditionen hin überprüfen. So haben Sie sich direkt schon auf das bevorstehende Bankgespräch vorbereitet.

### XII. Anhang

Hier gehört alles rein, was für Ihre Praxisgründung notwendig ist und Ihre getroffenen Aussagen stützt:

- Zeugnisse
- Lebenslauf
- (Vor-)Verträge
- Gutachten
- Marktanalysen
- Branchenkennzahlen
- Selbstauskunft
- Eingeholte Angebote, etc.