

Die Verbraucherstimmung befindet sich „im freien Fall“. Laut ARD-Online-Bericht vom 23. April 2020 spricht der GfK-Konsumforscher Rolf Bürkl von einem bislang beispiellosen Absturz des Konsumklimas. Für Mai sagt er einen Einbruch um 25,7 Zähler auf minus 23,4 Punkte des GfK-Barometers voraus. In den nächsten Monaten würden dem Konsumklima „schwierige Zeiten“ bevorstehen, die Investitionsbereitschaft der Konsumenten sei angeknackst. Das Fazit für jeden Zahnarztunternehmer: Ab sofort drehen sich Angebot und Nachfrage um, der zahnärztliche Wettbewerb verschärft sich.

## „Vom Shutdown zum Drive-up“ – Gewinnpotenziale sichern

Antje Isbaner

Inzwischen hat wohl jeder Zahnarztunternehmer die Folgen des staatlich verordneten Shutdowns in seiner Praxis registrieren müssen. Trotz der in den Praxen geltenden hohen Hygienestandards sind viele Patienten verunsichert und lassen aus Angst vor einer eventuellen Corona-Infektion geplante und sogar notwendige Behandlungen ausfallen. Die Umsätze gehen in einem bisher nicht

gekannten Ausmaß zurück. Der Weg in die roten Zahlen ist vorgezeichnet.

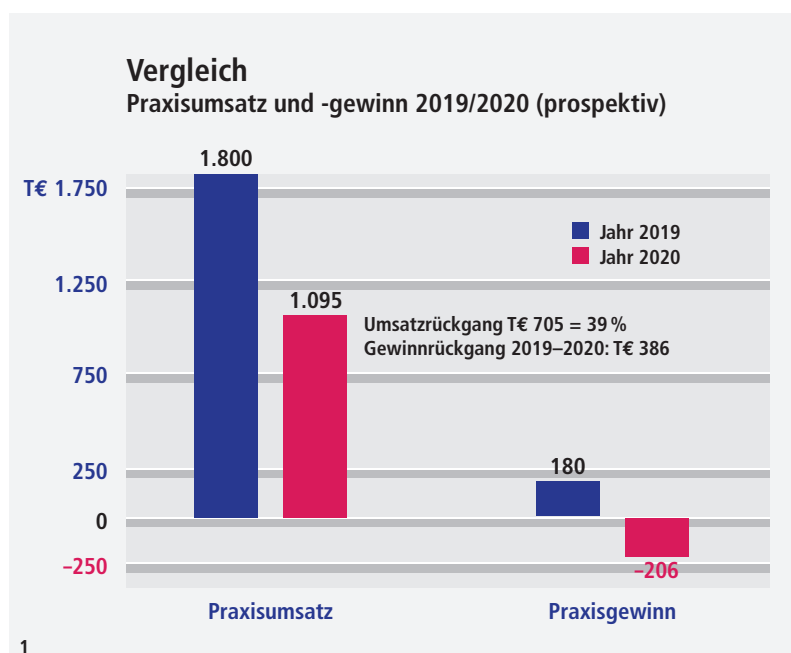
Aussichten für die weitere Binnenmarktentwicklung des Jahres 2020

Die Markteinschätzung des GfK-Experten Rolf Bürkl: „Handel, Hersteller und Dienstleister müssen sich auf

eine unmittelbare bevorstehende, sehr schwere Rezeption einstellen.“ Diese Konsum-Klima-Prognose gilt natürlich auch für die etwa 51.000 niedergelassenen Zahnärzte (Stand: KZBV 2017/2018). Denn gerade bei hochwertigen Privatleistungen, die für die Rentabilität eines Praxisunternehmens entscheidend sind, wird sich die stark sinkende Kaufkraft auswirken. Die Einkommenserwartungen der Konsumenten sind laut GfK gesunken: Der Indikator sei im April gegenüber dem Vormonat um 47,1 Zähler auf minus 19,3 Punkte abgefallen – „ein beispielloser Absturz“. Die Investitionsbereitschaft sei ebenfalls erheblich zurückgegangen, von 36 auf minus 4,6 Punkte, so die GfK.

Der neuen Praxisrealität ins Auge sehen: Angebot und Nachfrage drehen sich um

Das neue Branchen-Szenario ist für jeden Zahnarztunternehmer unübersehbar: Ab sofort müssen sich 51.000 Zahnarztunternehmer einen im Verhältnis zu den Vorjahren stark schrumpfenden (Umsatz-)Kuchen teilen. Angesichts Kurzarbeitergeldes, drohender Arbeitslosigkeit und Betriebsschlie-



Bungen sinkt bei Patienten die Kaufbereitschaft. Dadurch geht schon jetzt die Nachfrage nach hochwertigen Leistungen wie z. B. Implantatbehandlungen erheblich zurück. Das zahnärztliche Behandlungsangebot ist ab sofort deutlich größer als die patientenseitige Nachfrage. Und das wird so lange so bleiben, bis sich die Binnenwirtschaft erholt haben wird.

### Was bedeutet der Rückgang der Kaufbereitschaft betriebswirtschaftlich?

Die betriebswirtschaftlichen Folgen werden anhand des aus Teil 1 (Implantologie Journal 4/20, S. 70) bekannten Modellbeispiels gezeigt. Im Jahr 2019 wurde ein Umsatz T€ 1.800 erzielt, nach Abzug der kalkulatorischen ZA-Gehälter betrug der Gewinn T€ 180, also zehn Prozent vom Umsatz. Für das Corona-Jahr 2020 hingegen wird ein Umsatzrückgang um 39 Prozent auf T€ 1.095 erwartet. Der Gewinn in 2020 fällt von T€ 180 unter die Nulllinie und kehrt sich um in einen Verlust von T€ 206 (Abb. 1 und 2). Noch deutlicher zeigen sich die betriebswirtschaftlichen Folgen des für 2020 erwarteten allgemeinen Konsumrückgangs infolge Kaufkraftverlusts, wenn die Umsatz- und Liquiditätsentwicklung von 2019 (Abb. 3) mit

der für 2020 erwarteten Entwicklung (Abb. 4) verglichen wird. Während das Jahr 2019 mit einem Bankguthaben von T€ 180 abgeschlossen werden konnte, wird für 2020 ein erhebliches Minus von T€ 341 auf dem Bankkonto zu erwarten sein. Das bedeutet: Falls in 2021 und 2022 vergleichbar gute Ergebnisse erwirtschaftet werden sollten wie in 2019, wird erst nach zwei Jahren, also Ende 2022, die Verlustphase überwunden sein, sodass erst ab 2023 wieder Gewinne erwirtschaftet werden können.

### Ab sofort „Gewinnfresser“ eliminieren

Zwei zentrale Maßnahmen sind in betriebswirtschaftlicher Hinsicht das Gebot der kommenden Zeit:

1. Betriebskosten senken und
2. Umsatzpotenziale heben

Es gibt einen neuen, für Praxen kostenlosen Weg, beide Ziele zugleich zu realisieren: Der Einsatz des dent.apart-Zahnkredits für Patienten, der an die Stelle des bislang üblichen Forderungsverkaufs (Factoring) tritt. Denn hier wird das Honorar bereits vor Behandlungsbeginn auf das Praxiskonto ausgezahlt. Der Ablauf ist denkbar einfach und schnell: Der Patient schließt nach

Erhalt des KVA online den dent.apart-Zahnkredit ab ([www.dent.apart.de/Zahnkredit](http://www.dent.apart.de/Zahnkredit)) und gibt die Überweisung direkt zur Zahlung auf das Konto der Zahnarztpraxis frei.

Durch den direkten Geldzufluss erhöht sich die Liquidität des Zahnarztunternehmers unmittelbar, denn er verfügt jetzt bereits vor Behandlungsbeginn über den vollen Rechnungsbetrag und damit zugleich über 100-prozentige Vorab-Sicherheit. Hieraus ergeben sich drei zentrale Gewinnsteigerungseffekte gegenüber dem Factoring:

1. Die erheblichen Factoring-Kosten verringern sich pro abgeschlossener Arbeit auf null Euro.
2. Fremdleistungen und Materialien können sofort unter Inanspruchnahme von Skonti und Boni beglichen werden.
3. Die hohen Zinskosten für Kontokorrentkredite sinken.

In der vorigen Ausgabe wurde dargestellt, dass allein aufgrund dieser drei Effekte in 2019 die Vier-Behandler-Modellpraxis ihren Praxisgewinn um T€ 50 steigern konnte, von T€ 180 auf T€ 230. Selbst ab 2020 würde sich anteilig noch ein Zusatzgewinn von T€ 30 ergeben – ein Betrag, der ab sofort dringend zur Tilgung der Kontokorrentverbindlichkeiten gebraucht wird. So würde sich Ende 2020 das Kontodefizit von T€ 341 (Abb. 4) auf T€ 311 senken lassen, ohne Mühe und Kosten – und das dauerhaft auch für die zukünftigen Jahre.

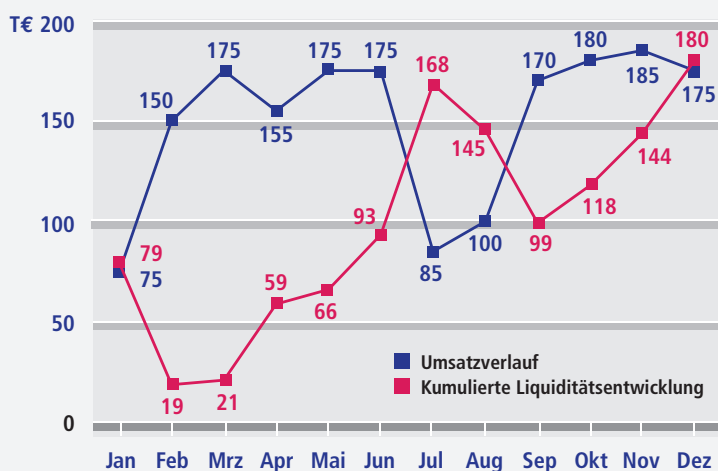
Höhere Kaufbereitschaft erzeugen durch günstige Zahnkredite für Patienten

Zwar bieten Abrechnungsgesellschaften den Patienten Teilzahlungsmöglichkeiten, bis zu sechs Monaten häufig sogar zinsfrei. Allerdings fallen für darüber liegende Laufzeiten, je nach Anbieter, bis zu 15 Prozent Zinsen an und es werden maximal 48 Monatsraten gewährt. Fraglich ist, ob hiermit Zahnärzten und Patienten wirklich gedient ist. Denn bei einer Zuzahlung von z. B. € 10.000 und einer Facto-

### Modellpraxis 4 Behandler/Inhaber

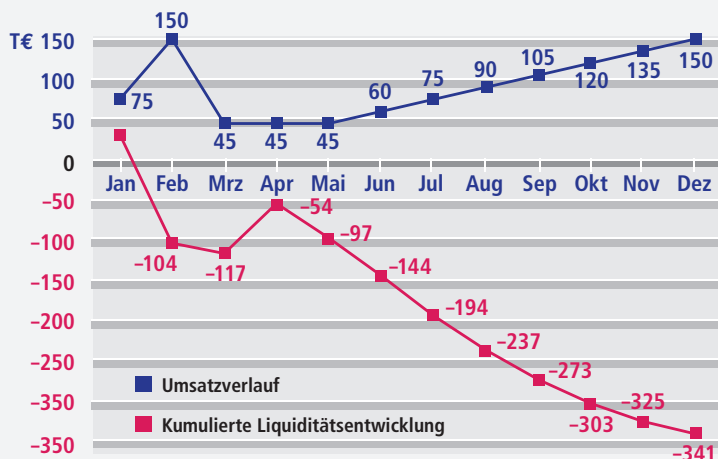
Vergleich	2019	2020
<b>Umsatz</b>	<b>1.800</b>	<b>1.095</b>
<b>Betriebskosten</b> (inkl. kalkulatorischer ZÄ-Löhne)	<b>1.620</b>	<b>1.301</b>
<b>Gewinn</b>	<b>180</b>	<b>-206</b>
<b>Liquidität per 31.12.</b>	<b>180</b>	<b>-341</b>

### Monatlicher Umsatzverlauf und kumulierte Liquiditätsentwicklung 2019



3

### Monatlicher Umsatzverlauf und kumulierte Liquiditätsentwicklung 2020 (prospektiv)



4

ring-Teilzahlung über 48 Monate sowie einem Zinssatz von 15 Prozent fallen insgesamt € 3.130 an Zinsen an – die Behandlungskosten summe erhöht sich so um 31 Prozent auf stattliche € 13.130. So wird aus der ursprünglich angestrebten Umsatzförderung durch Teilzahlung via Factoring tatsächlich das Gegenteil, ein reales Verkaufshindernis. „Genau an dieser Stelle, dass letztlich beide, Zahnarzt und Patient, überflüssige Kosten sparen wollen und müssen, setzen wir mit dem neuen dent.apart Zahnkredit an“, erläutert Wolfgang J. Lihl, Geschäftsführer von dent.apart. Der Patient würde im Ver-

gleich zu Factoring-Teilzahlungsangeboten bis zu 75 Prozent an Zinskosten sparen, da der Zinssatz bei dent.apart nur 3,69 Prozent beträgt. Und die Gesamtbehandlungskosten würden von € 13.130 um immerhin € 2.370 auf lediglich € 10.760 reduziert – ein überzeugendes, für sich sprechendes Verkaufsargument. Zusätzlich, so Lihl, seien beim dent.apart-Zahnkredit statt 48 sogar bis zu 120 Monatsraten möglich, sodass sich fast jeder Patient aufgrund kleiner Monatsraten von häufig unter € 100 eine Top-Behandlung leisten kann – ein weiteres zentrales Argument zur Stärkung der Kaufbereitschaft

bei Patienten. „Und zwar gerade jetzt, bei spürbar sinkenden Einkünften, wo infolge der Corona-Krise jede Geldausgabe von den Patienten genau überlegt wird, erleichtert der Zahnarzt mit dem günstigen dent.apart-Zahnkredit seinen Patienten die Entscheidung für dessen Wunschbehandlung und sichert seinem Praxisunternehmen wichtige Umsätze, die sonst nicht zustande gekommen wären“, so Lihl. „Und der Zahnarzt selbst spart im vorliegenden Beispiel mehrere Hundert Euro an Factoringgebühren, die nun in seinen Gewinn fließen, ebenso bei allen weiteren Ratenzahlungen.“

### Betriebswirtschaftliche Konsequenzen aus der Corona-Krise

Aus der neuen Situation im Dentalmarkt, dass das zahnärztliche Behandlungsangebot ab sofort deutlich größer ist als die patientenseitige Nachfrage, ergibt sich, dass die zahnärztliche Wettbewerbsintensität erheblich zunimmt, denn den 51.000 niedergelassenen Kassenzahnärzten stehen 70 Millionen GKV-Versicherte mit ab sofort halbiert Kaufkraft gegenüber.

Das Fazit: Zahnarztunternehmer, die die neuen wettbewerblichen Herausforderungen bestehen wollen, müssen fortan mit zwei gebotenen strategischen Maßnahmen reagieren, um Gewinnpotenziale zu heben und um ihre Marktposition zu sichern:

1. Kosten senken, insbesondere „Gewinnfresser“ eliminieren
2. Umsatz proaktiv durch Absatzförderungsmaßnahmen steigern.

„Beide dringenden Ziele kann der Zahnarztunternehmer mit dem Einsatz des dent.apart-Patientenzahnkredits realisieren, und zwar ohne Kosten und Mehrarbeit für die Praxis“, so dent.apart-Geschäftsführer Wolfgang J. Lihl.

Weitere Informationen zum Thema „Patientenkredit“ finden Sie unter [www.dentapart.de/zahnarzt](http://www.dentapart.de/zahnarzt) und in der nächsten Ausgabe des *Implantologie Journal*.

# DAS ZAUBERWORT? SOFORT.



**SOVERÄN IN ALLEN  
KNOCHENQUALITÄTEN:  
PROGRESSIVE-LINE**



## **SPEZIALIST FÜR WEICHEN KNOCHEN:**

- Apikal konischer Bereich für hohe Primärstabilität ohne Umwege
- Gewinde bis zum Apex – ideal für Sofortimplantationen
- Sägezahngehwinde mit verbreiteter Flankenhöhe
- Krestales Gewinde für zusätzlichen Halt bei begrenzter Knochenhöhe
- Flexibles Bohrprotokoll für unterschiedliche Knochenqualitäten

## **ERLEBEN SIE DEN PROGRESSIVE-EFFEKT.**



Videoanimation

**NEUGIERIG? TELEFON 07044 9445-479**

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

**a perfect fit**

**camlog**