



# Erfolgsfaktor: Standort

Ein Beitrag von Andrea Stix, MSc, MBA

**PRAXISTIPP – TEIL 6** /// Hatte bis 2007 die Zulassungsbeschränkung den Wettbewerb im deutschen Dentalmarkt stark begrenzt, gewann mit deren Aufhebung die Standortwahl für Zahnarztpraxen signifikant an Bedeutung. Vor dem Start in die Selbstständigkeit muss sich deshalb jeder Gründer die Frage stellen, ob der Standort für die geplante Unternehmung wirklich sinnvoll ist. Um das Potenzial des Standorts in Relation zum Praxiskonzept richtig zu analysieren und zu bewerten, darf das Motto heute nicht nur „Lage, Lage, Lage“ sein. Vielmehr muss die Maxime nun „Konzept und Lage“ heißen. Die Standortanalyse wurde zu einem unerlässlichen Instrument bei der Vorbereitung einer Existenzgründung oder der Entscheidung eines Praxisumzugs. Den optimalen Standort zu finden, ist nicht leicht. Was bei der Bewertung eines Praxisstandorts zu beachten ist, wird in diesem Artikel beleuchtet.

Ein Standortcheck gibt einen Überblick über zahlreiche Indikatoren, die in Bezug auf das geplante Praxisvorhaben individuell interpretiert werden können. Das Praxiskonzept dient somit als Entscheidungsgrundlage für die Standortwahl; vice versa kann die Standortwahl auch Einfluss auf das Praxiskonzept nehmen. Bei der Wahl des Standorts sollten zunächst die Makro- und die Mikrolage detailliert analysiert werden: Eine Makroanalyse untersucht das Umfeld, während eine Mikroanalyse die Immobilie selbst unter die Lupe nimmt.



© ekostsov – stock.adobe.com

## Makro-Faktoren

### Wettbewerb: Zahnarzt-Einwohner-Verhältnis und Konkurrenzanalyse

Ein elementarer Aspekt der Standortanalyse ist die Betrachtung des Mitbewerberumfeldes. Hier kommt es vor allem auf das Zahnarzt-Einwohner-Verhältnis an. Aktuell leben ca. 83 Millionen Menschen in Deutschland. Demgegenüber stehen laut BZÄK 72.589 zahnärztlich tätige Zahnärzte (*Statistisches Jahrbuch 2019/2021*). Dies bedeutet ein Einwohner-Zahnarzt-Verhältnis von 1.144:1 und zeigt damit den Grad der durchschnittlichen Grundversorgung auf. Diese Kennzahl bezieht sich auf Zahnärzte; eine gute Standortanalyse weist zudem Mund-Kiefer-Gesichtschirurgen, Oralchirurgen und Kieferorthopäden gesondert aus.

Liegt der Wert des Standorts unter dieser Marke, ist das Gebiet überversorgt. Beispielsweise hat die Stadt Berlin derzeit die höchste Zahnarztichte in Deutschland, wobei innerhalb der Stadt selbst starke Schwankungen zu verzeichnen sind – Hamburg und München folgen. In Ballungsgebieten ist generell das Einzugsgebiet zu beachten, da die Pendlerbewegung das Patientenaufkommen durchaus beeinflussen kann.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Betrachtung der Mitbewerber in Bezug auf die Anzahl und die räumliche Konzentration sowie deren Portfolio, Spezialisierung, Zielgruppen, Außendarstellung, Öffnungszeiten, Image und Technik.

Je höher also der Versorgungsgrad und je stärker die unmittelbare Konkurrenzsituation im direkten Praxisumfeld ist, desto spezifischer sollte die Positionierung und die Differenzierung der Praxis ausfallen.

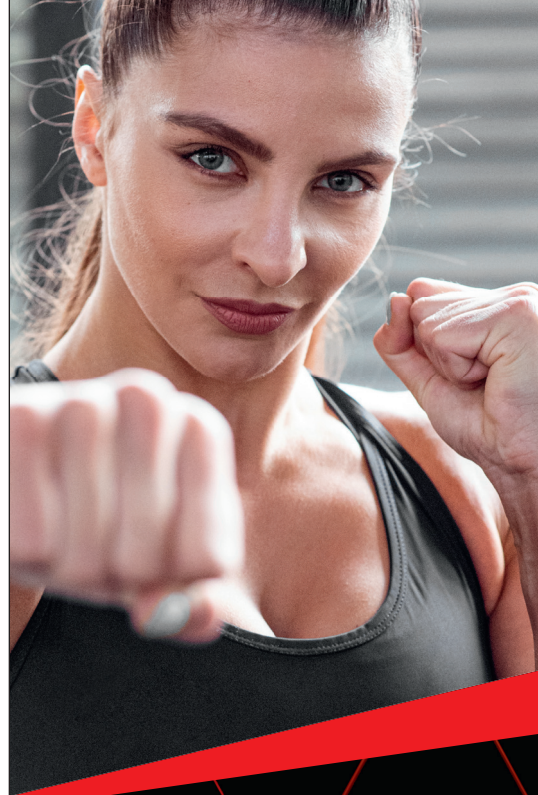
### Wirtschaft: Kaufkraft, Beschäftigung, Haushalte

Entscheidend bei der Standortwahl ist auch das wirtschaftliche Potenzial. Hierbei wird die Kaufkraft ermittelt, die das für Konsumzwecke verfügbare Einkommen in privaten Haushalten beleuchtet. Konkret ist dies die Summe, die pro Haushalt vom Einkommen verbleibt, nachdem alle regelmäßig wiederkehrenden Zahlungsverpflichtungen bedient wurden. Die Kaufkraft erlaubt es, realistische Rückschlüsse auf künftige Praxisumsätze zu ziehen und lässt Vermutungen wie den Anteil an Privatpatienten und Selbstzahlern sowie die Sensibilität und die Bereitschaft für die Gesundheit vorzusorgen zu. Des Weiteren geben Beschäftigungskennziffern Auskunft über die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten – von Einkommensstrukturen bis zu den örtlichen Langzeit-, Jugend- und Migrationsarbeitslosenquoten. Als weiteren Punkt gibt die Wohnstruktur Auskunft über den Charakter einzelner Wohngebiete. Aus diesen Daten können grundsätzlich Rückschlüsse auf soziale Gegebenheiten gezogen werden.

Andrea Stix, MSc, MBA  
Infos zur Autorin



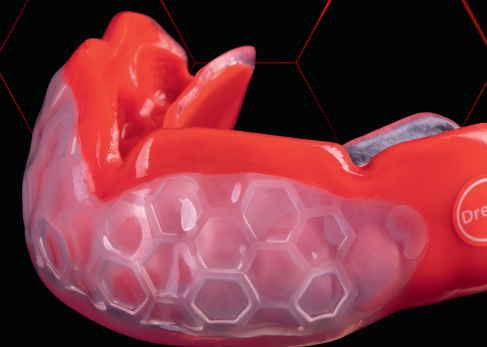
ANZEIGE



## PROFESSIONAL 3D YOUR NEXT LEVEL MOUTHGUARD

Zwischen zwei EVA-Folien sicher eingeschlossen, befindet sich eine echte technologische Revolution. Die zukunftsweisende Einlage mit markanter Wabenstruktur besteht aus einem digital gedruckten Silikonmaterial mit hochflexiblen Eigenschaften. Durch ihre hexagonale Grundform nimmt sie Druck- und Zugkräfte perfekt auf und leitet sie sicher ab. Das Ergebnis: überlegene Formkonstanz, bessere Schutzwirkung und gleichzeitig erhöhter Tragekomfort.

**Jetzt Starter Set sichern!**



dentamid.dreve.de

Dreve

Die Betrachtung dieser Kennzahlen ist von elementarer Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg einer Praxis.

## **Bevölkerung: Entwicklung, Struktur, Wachstum**

Bei der Prüfung der Bevölkerungskennzahlen wird vorrangig untersucht, wie sich die Bevölkerung hinsichtlich eines möglichen Wachstums und der künftigen Struktur verhält und entwickeln wird. Das wichtigste Kriterium dabei ist die Alterung der Gesellschaft bzw. das Schrumpfen junger Generationen. Durch die Einteilung in Altersgruppen und die jeweilige Prognose können zu erwartende Entwicklungen der Region skizziert werden. Die Daten zur Bevölkerung zeigen potenzielle Entwicklungen hinsichtlich der Patientenstrukturen auf. Diese Kennzahlen können dann in strategische Entscheidungen einfließen und die Basis für das Leistungsportfolio darstellen.

## **Mikro-Faktoren**

### **Gebäude**

Der Zustand bzw. geplante Sanierungen, die Mieterschaft und die Etage sind relevante Faktoren für die Bewertung eines Gebäudes. Ebenso wird der Grundriss, der Schnitt der Zimmer und der Zustand der Leitungen bewertet.

### **Lage**

In Bezug auf die Lage wird geprüft, ob die Praxis in der Stadt oder auf dem Land, in einem Gewerbe- oder einem Wohngebiet liegt, ob Einkaufszentren, Geschäfte oder Firmen angrenzen und ob die Praxis in einem solventen oder einem sozial schwachen Gebiet liegt. Die Lage und das soziale Umfeld wirken sich konkret auf die Annahme des Leistungsportfolios aus.

### **Erreichbarkeit**

Auch die Erreichbarkeit fließt in die Bewertung ein: Ist die Praxis gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen, werden fußläufig kostenfreie Stellplätze zur Verfügung gestellt oder sind Parkplätze bzw. Tiefgaragen in der Nähe vorhanden – all dies wirkt sich auf die Standortbewertung aus.

### **Barrierefreiheit**

Ein häufig unterschätzter Faktor ist die Barrierefreiheit. Insbesondere beim Kauf oder der Anmietung älterer Praxen sollte darauf geachtet werden, dass die Immobilie für ältere Patienten sowie für Menschen mit Behinderungen und Einschränkungen ebenso gut nutzbar ist. Durch die zu erwartende demografische Entwicklung wird die Barrierefreiheit von Arztpraxen künftig ein wichtiger Aspekt sein.

### **Erweiterungsmöglichkeiten**

Nicht jeder ist bereit, gleich zu Beginn eine sehr große Fläche zu mieten beziehungsweise in ein großes Bauvorhaben zu investieren. Da aus diversen Gründen im Laufe der Zeit jedoch eine Erweiterung der Praxisräume notwendig werden kann, sollte gleich bei der Auswahl der Immobilie auf Erweiterungsmöglichkeiten geachtet werden. Die Flexibilität hinsichtlich einer Praxis-

vergrößerung fließt deshalb als positiver Punkt in die Standortanalyse ein.

## **Umfeld**

Birgt ein Stadtviertel die Chance, ein neues Trendviertel zu werden bzw. wie entwickelt ist der Stadtteil? Wird angrenzend ein Wohngebiet erschlossen, ein Ärztehaus oder eine Klinik erbaut und gibt es am Standort eine Schule, einen Kindergarten oder kann mit Laufkundschaft gerechnet werden? All dies wirkt sich auf die Attraktivität des Standorts ebenso aus wie städtebauliche Planungen, die Niederlassung von ähnlich spezialisierten Kollegen oder möglichen Kooperationspartnern.

## **Private Faktoren**

Sich für viele Jahre an einen Ort zu binden, muss in jedem Fall wohlüberlegt sein. Bei der Standortauswahl sollte deshalb zwingend neben dem Beruflichen auch das Privatleben berücksichtigt werden, das stark von Familie, Freunden und Hobbys geprägt sein kann. Deshalb sollten auch folgende Fragen kritisch geprüft und sehr ehrlich beantwortet werden:

- Wo will ich wohnen?
- Wie will ich leben?
- Wie weit darf die Praxis maximal von zu Hause entfernt sein?

Was machbar und akzeptabel ist, muss jeder Inhaber selbst bestimmen. In meinen Beratungen variierten Wunschvorstellungen vom Ein-Kilometer-Umkreis, um zu Fuß mit den Kindern die Praxis erreichen zu können, bis zur Inkaufnahme von täglichen 200 Kilometern. Letztendlich geht es darum, neben dem optimalen Standort für die eigene Praxis auch einen Ort zu finden, an dem man sich selbst wohlfühlt. Daher sollte man sich Zeit für eine Erkundungstour nehmen, den Standort zu Fuß ablaufen, Geschäfte besuchen und mit den Menschen vor Ort sprechen.

In jedem Fall ist Folgendes zu beachten: Berater und Standortanalysten sollten immer Hand in Hand arbeiten. Die Standortanalyse sollte ein ausgewiesener Spezialist durchführen, der Zugang zu den relevanten Datenbanken und eine entsprechende Expertise mitbringt. Der Strategieberater wiederum sollte mit diesen Daten arbeiten und das Konzept entsprechend darauf aufbauen. Soll die Praxis an einem Standort sein, der nicht ganz optimal ist, wird es noch wichtiger mehr Zeit in das Praxiskonzept und mehr Geld in das Praxismarketing zu investieren.

---

## **INFORMATION ///**

**Andrea Stix, MSc, MBA** • CAMLOG Vertriebs GmbH  
andrea.stix@camlog.com • www.camlog.de



SureSmile® Aligner

## Entwickelt von Experten mit Durchblick

Steigen Sie jetzt mit SureSmile ein in die erfolgreiche Aligner-Therapie – entwickelt von Experten mit Durchblick. Mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in der digitalen Planung kieferorthopädischer Behandlungen geben Ihnen die Sicherheit hervorragender Setups und überzeugender Ergebnisse. Und während des gesamten Behandlungsverlaufs stehen wir Ihnen jederzeit mit klinischem Know-how zur Seite.

Erfahren Sie mehr auf [dentsplysirona.com/suresmile](https://dentsplysirona.com/suresmile)

THE DENTAL  
SOLUTIONS  
COMPANY™

 **Dentsply  
Sirona**