

# Umsatzrendite im Vergleich: Wo liegt meine Praxis?

Ein Beitrag von Dr. Elisabeth Leonhard

**PRAXISMANAGEMENT** /// Zahnärzte sind heute mehr denn je auch in ihrer Eigenschaft als Praxismanager gefragt. Hierbei können wirtschaftliche Kennzahlen eine wichtige Hilfestellung geben. Das aktuelle ATLAS MEDICUS® Kennziffernrating des Heilberufespezialisten REBMANN RESEARCH erlaubt eine erste Einordnung der eigenen Praxis. Bei der Beurteilung der Rentabilität gilt es jedoch, mehr zu beachten als nur den reinen Fachgruppendurchschnitt.



Die Umsatzrendite oder Umsatzrentabilität gilt als eine der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennziffern. Sie gibt Auskunft darüber, welcher Anteil vom Umsatz einem Praxisinhaber als Gewinn verbleibt. Rechnerisch ergibt sich die in Prozent ausgewiesene Kennzahl durch die Division des Praxisgewinns (der sich aus der BWA, also der Betriebswirtschaftlichen Auswertung, entnehmen lässt) durch den gesamten Honorarumsatz (einschließlich privatärztlicher und sonstiger Umsätze).

Beispiel: Erwirtschaftet eine Praxis bei einem jährlichen Gesamtumsatz von 250.000 Euro einen Gewinn von 100.000 Euro, liegt die Umsatzrendite bei 40 Prozent. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist ein möglichst hoher Prozentanteil erstrebenswert. Bei der Betrachtung dieser sogenannten Bruttoumsatzrendite ist zu berücksichtigen, dass Praxisinhaber von dem verbleibenden Praxisüberschuss auch Steuern, Ausgaben für die private Vorsorge sowie eventuell Tilgungsleistungen für Praxiskredite abzuziehen haben.

**Tabelle 1:** ATLAS MEDICUS® Kennziffernrating – Umsatzrendite Zahnärzte Bund 2020

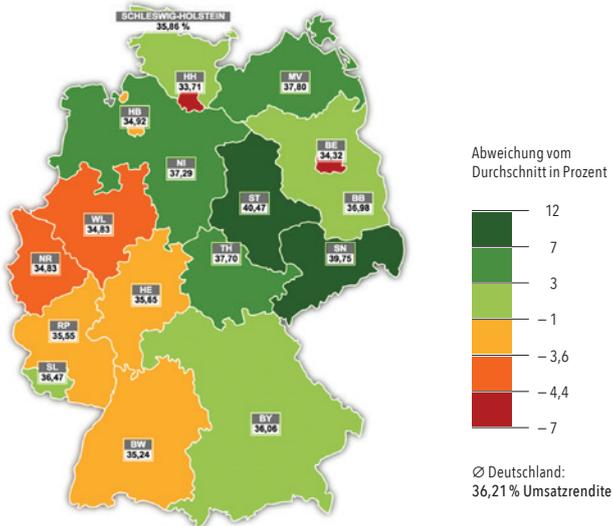
Wertekorridor	Beurteilung
≥ 37 Prozent	sehr gut
37 bis 29 Prozent	normal
29 bis 22 Prozent	überprüfen
≤ 22 Prozent	kritisch

Quelle: ATLAS MEDICUS® 2021

## Beurteilung der Umsatzrentabilität: Kennziffernrating als Orientierungshilfe

Die Umsatzrendite ist ein Indikator für die wirtschaftliche Effizienz einer Zahnarztpraxis und lässt sich beispielsweise im Vergleich zu direkten Wettbewerbern oder zum Branchendurchschnitt beurteilen. Der Vergleich der Umsatzrentabilität der eigenen Praxis mit dem entsprechenden Durchschnittswert der Fachgruppe kann einen ersten Hinweis darüber geben, ob ein Praxisbetrieb rentabel ist oder nicht. Liegt der Wert im „normalen Bereich“ (vgl. Tab. 1), also ungefähr im Fachgruppendurchschnitt oder darüber, besteht kein Handlungsbedarf. In diesem Fall könnte es für die betreffende Praxis jedoch von Interesse sein, was die Besten der Fachgruppe – die sogenannte Benchmark – erzielen. Liegt die Rentabilität der Praxis hingegen deutlich unterhalb des Fachgruppendurchschnitts, kann dies auf ein grundlegendes Effizienzproblem hindeuten.

Abbildung 1: Regionalranking – Umsatzrendite Zahnärzte 2020



Quelle: REBMAN RESEARCH, Stand 12/2020 (ohne Gewähr)/ATLAS MEDICUS® 2021

Hinweis: Bei den angegebenen Zahlen handelt es sich um Durchschnittswerte der Bruttorendite vor Steuern.

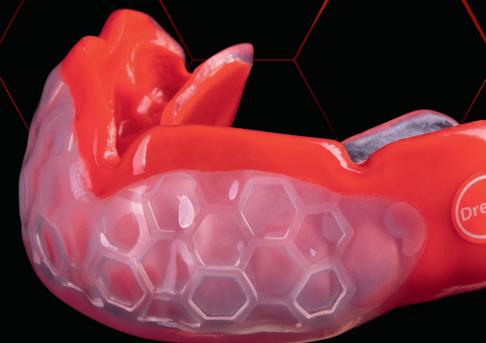
## Profitabilitätskennziffer im regionalen Kontext

Regionale Einnahmen- und Kostenunterschiede üben direkten Einfluss auf die Umsatzrentabilität aus. Zahnärzte sollten deshalb die Werte der Wirtschaftlichkeitskennziffer auch im jeweiligen regionalen Kontext bewerten. Die aktuelle Auswertung der Heilberufedatenbank ATLAS MEDICUS® zeigt, dass ostdeutsche Zahnärzte im Jahr 2020 mit einer durchschnittlichen Umsatzrentabilität von 36,77 Prozent vor ihren westdeutschen Kollegen (32,72 Prozent) lagen. Auf Ebene der einzelnen KZV-Regionen variierten die Werte zwischen knapp 34 Prozent und mehr als 40 Prozent (vgl. Abb. 1). Spitzenreiter waren die Zahnärzte in Sachsen-Anhalt und Sachsen mit Werten von 40,47 bzw. 39,75 Prozent. Hamburg, Berlin, Nordrhein, Westfalen-Lippe und Bremen erzielten im Regionalvergleich die schlechtesten Ergebnisse. Ihnen verblieben weniger als 35 Prozent der Praxisumsätze als Gewinn.

## 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!**



## Wie verbessere ich die Rentabilität meiner Praxis?

Die regelmäßige Ermittlung der Umsatzrendite und der Vergleich mit den Werten vergangener Perioden erlaubt, Negativentwicklungen schnell zu erkennen und rechtzeitig gegenzusteuern. Ziel der Rentabilitätsverbesserung ist die mittel- bis langfristige Gewinnsteigerung, weshalb entsprechende Bemühungen entweder auf eine Erhöhung des Umsatzes oder/und eine Kostensenkung abzielen können (vgl. Checkliste). Generell können auch Investitionen u. a. in neue Geräte, digitale Technologien, die Qualifikation der Mitarbeiter oder in eine Zweigpraxis zielführend sein, indem sie das Verhältnis zwischen Umsatz und den eingesetzten Ressourcen wie Zeit, Personal und/oder Kapital verbessern. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass diese Maßnahmen in aller Regel zunächst mit Kostensteigerungen verbunden sind (z. B. für Abschreibungen, Zinsen, Wartungsverträge oder Fortbildung), wodurch sich der Produktivitätszuwachs unter Umständen nicht (in voller Höhe) im Gewinn niederschlägt. Bei richtiger Planung tragen sie jedoch mittel- bis langfristig zu einer Verbesserung der Rentabilität bei. Grundsätzlich ist im Einzelfall zu prüfen, ob vermeintlich rentabilitätssteigernde Maßnahmen sinnvoll bzw. umsetzbar sind. Entscheidungsrelevante Parameter sind z. B. die Größe einer Praxis, die Nachfrage- und Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet oder auch die Situation auf dem Arbeitsmarkt. So dürften sich größere Investitionen wie z. B. in ein Eigenlabor erst ab einer bestimmten Praxisgröße amortisieren. Andere Maßnahmen könnten angesichts der zunehmend angespannten Lage auf dem Arbeitsmarkt am Mangel an ausreichendem (qualifiziertem) Personal scheitern. Nicht zuletzt ist im Vorfeld zu prüfen, ob die voraussichtliche Nachfrage (unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation) eine aus wirtschaftlicher Sicht attraktive Amortisationsdauer erlaubt.

## Umfassende Beurteilung der Rentabilität erfordert individuelle Analyse

Die Umsatzrendite ist eine einfach und schnell zu ermittelnde Größe, die bei der Beurteilung des wirtschaftlichen Erfolgs einer Zahnarztpraxis Orientierungshilfe bietet. Abweichungen von den Durchschnittswerten ergeben sich jedoch nicht nur durch regionale Einflussfaktoren, sondern u. a. aus der Größe und Ausrichtung der Praxis und ihrer technischen Ausstattung. Wie bei allen betriebswirtschaftlichen Kennziffern gilt deshalb, dass eine genaue Beurteilung tiefergehende Informationen über die einzelne Praxis erfordert. Insbesondere bei problematischen Entwicklungen der Rentabilität kann die Hinzuziehung eines spezialisierten Steuer- oder Praxisberaters sinnvoll sein.

## INFORMATION ///

Dr. rer. pol. Elisabeth Leonhard  
www.rebmann-research.de



## Kostensenkende Maßnahmen

- Maßnahmen zur Senkung der Personalkosten (größter Betriebskostenblock)/Erhöhung der Personalproduktivität: Vollzeit- versus Teilzeitkräfte, Überprüfung von Auslastung, Qualifikation und Zufriedenheit/Fluktuation der Mitarbeiter, Ausschöpfen von Delegationsmöglichkeiten
- Senkung der Materialkosten (z. B. durch Nutzung von Preisvergleichsportalen beim Einkauf, Einkaufsgemeinschaften, Lageroptimierung/Einführung Materialwirtschaftssystem)
- Überprüfung der Vorteilhaftigkeit eines Eigenlabors (Investitionen und laufende Kosten sind zu berücksichtigen)
- Überprüfung der Vorteilhaftigkeit von Kauf/Leasing/Miete bei größeren Investitionen
- Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs, Nutzung von Vergleichsportalen für Strom- und Brennstoffanbieter
- Versicherungskcheck
- Wirtschaftlichkeitsverbesserung auf Prozessebene: Überprüfung und Optimierung der Praxisabläufe, verbessertes Zeitmanagement durch den Arzt



## Umsatzsteigernde Maßnahmen

- Patientenbindung und -gewinnung durch neue Leistungsangebote/Tätigkeitsschwerpunkte (unter Berücksichtigung der regionalen Nachfrage und des Wettbewerbsumfelds), Anstellung von Zahnärzten mit entsprechender Qualifikation, Wahrnehmen von Kooperationsmöglichkeiten, Investitionen in Technik, Praxisausstattung und Qualifikationen, Marketingmaßnahmen
- Leistungssteigerung durch Einrichtung einer Filialpraxis/eines Zweitstandorts (Neupatientengewinnung z. B. pflegebedürftige Senioren durch barrierefreie Praxisräume in der Nähe eines Pflegeheims oder Übernahme einer allgemeinärztlichen Praxis in ländlicher Lage als Zuweisepaxis)
- Optimierung von Selbstzahlerleistungen, Vermeiden von Honorarausfällen durch Ausbau des Mahnwesens/Nutzung von Factoring
- Maßnahmen zur Patientengewinnung/-bindung: verbesserte Präsentation der Praxis im Internet (Websiteoptimierung, SEO-Maßnahmen, Onlineterminbuchung, Bewertungsportale etc.), Überprüfung der Patientenzufriedenheit z. B. über Patientenbefragungen, Verbesserung des Termin- und Wartezeitenmanagements, Komfort in der Praxis, Freundlichkeit des Personals, erweiterte Öffnungszeiten (z. B. Abendsprechstunde), Qualitätsmanagement

# BRILLIANT EverGlow®

Nehmen Sie einfach drei oder mehr –  
ganz nach Bedarf



→ **Daily Business?**

Drei Farben genügen für einfach gute Ergebnisse

→ **Knifflige Frontzahnsituation?**

Das modulare Farbsystem trifft immer den richtigen Ton

→ **Tempo-Fans oder Farb-Künstler?**

Mit BRILLIANT EverGlow gelingen immer  
effiziente und ästhetische Restaurationen