

Erfolgreich gründen – aber wie?

Der unternehmerische Alexander

Seit mehr als zwanzig Jahren beraten wir Zahnärzte in ganz Deutschland zu dieser Frage. Ich erzähle euch hier wahre Geschichten von jungen Existenzgründern, natürlich mit geändertem Namen und ohne Ortsangabe.

Alexander wandte sich an uns, weil er von Kommilitonen gehört hatte, dass wir gern und gut Existenzgründer beraten. Alexander befand sich zusammen mit seiner Schwester, die ein Jahr später mit dem Studium fertig werden sollte, im Übernahmeprozess der Praxis seines Vaters.



©leungchopan - stock.adobe.com

Die Praxis liegt im ländlichen Raum in der Nähe einer Großstadt mit einer halben Million Einwohner.

Zielformulierung: In Alexander konnten wir den Idealtyp des zahnärztlichen Unternehmers ausmachen. Er ist sehr selbstbewusst und willensstark. Er hat Spaß an der Zahnmedizin und am Umgang mit Menschen. Und er ist fest entschlossen, die Praxis zum Erfolg zu führen. Darüber hinaus ist Alexander bereit, sich Rat einzuholen, genau zuzuhören, zu reflektieren und auf der Basis seiner rationalen Bewertung Entscheidungen zu treffen.

So war das Ziel schnell formuliert. Wir erstellten den Finanzplan der Praxis gemeinsam, machten Vorschläge für geeignete Marketingaktivitäten, berieten ihn beim Design der Website und programmierten sie schließlich. Im Zuge der Beratung konnten wir Alexander klarmachen, dass eine gut gemachte Website Basis des gesamten Marketings ist.

So kurz wie möglich – so lang wie nötig: Die ökonomische Beratung von Zahnarztpraxen sowie die Umsetzung eines Marketingkonzepts sind keine einseitigen Aufgaben des Beraters. Zahnärztliche Beratung ist höchst individuell, weil der Zahnarzt nur bei Wahrung seiner Authentizität nachhaltig erfolgreich sein kann.

Und die muss zunächst herausgearbeitet werden. Das geht nur gemeinsam. Es waren also Abstimmungsgespräche erforderlich, die in der Regel telefonisch erledigt wurden.

Und hier zeigte sich wieder der unternehmerische Ansatz von Alexander: Wenn wir um 14 Uhr zum Telefonieren verabredet waren, fand das Telefongespräch auch ab 14 Uhr statt und dauerte so kurz wie möglich und so lange wie nötig. Er hat seine Praxisorganisation voll im Griff. Kein Patient muss dort lange warten, obwohl die Praxis voll ist.

Vertrauen: Wir schlugen Alexander über die oben genannten Maßnahmen hinaus vor, ein Marketingcontrolling aufzubauen. Nur wenn die relevanten Daten erfasst, aufbereitet, analysiert und in die Zukunftsplanung integriert werden, kann in der Praxis ein wirksames und effizientes – heißt kostengünstiges – Marketing betrieben werden. Alexander wusste nicht viel über Marketing, hatte aber Vertrauen in uns und befolgte unsere Vorschläge in aller Professionalität.

Nach wenigen Monaten war es so weit, dass wir Alexander, dann zusammen mit seiner Schwester, marketingmäßig allein lassen konnten. Zwar fertigten wir für die Praxis hin und wieder einige Anzeigen, und wir änderten auch mal ein paar Kleinigkeiten auf der Website, aber mehr war einfach nicht nötig. Alexander war äußerst erfolgreich.

Ein fröhliches Wiedersehen: Nach ein paar Jahren sollten wir etwas umfangreichere

Der Autor



Foto: Sander

Christoph Sander hat International Business studiert und ist Praxisberater für Marketing und Gründung bei Sander Concept.

Mehr unter www.sander-concept.de und sander.christoph@sander-concept.de

Änderungen auf der Website vornehmen. Dazu brauchten wir Daten. Wir fragten also in der Praxis an – und bekamen sofort alles Nötige. Daher bedankten wir uns bewundernd, weil das leider nicht selbstverständlich ist. Alexander antwortete: „Wieso, Sie haben mir das damals doch gesagt, dass ich das so machen soll. Das erschien mir logisch, und deshalb machen wir es seitdem so, ist doch klar.“

Wir hätten es ahnen können – Alexander ist eben ein richtiger Unternehmerzahnarzt.

Christoph Sander, Berlin



Foto: Mikhail Mishchenkov/Shutterstock.com

1x1 der Geldanlage

Gute Vorsätze nicht aufschieben

Silvester naht und damit die Zeit der guten Vorsätze fürs neue Jahr. Mehr Sport treiben? Gesünder leben? Am besten fängt man jetzt schon mit der Liste an und denkt dabei auch an die Geldanlage. Denn wie bei der Gesundheit gilt zum Beispiel bei der Vorsorge: je früher, desto besser.

Wer nicht vorsorgt, dem droht im Ruhestand eine Versorgungslücke. Eine Beispielrechnung: Ein 1990 Geborener, ledig, hat 2017 seinen ersten Job angetreten, verdient 60.000 Euro im Jahr und wird mit 67 in Rente gehen. Nach heutiger Kaufkraft kann der Ruheständler dann mit einer monatlichen Nettorente von rund 1.373 Euro rechnen. Das entspricht etwa 60 Prozent seines voraussichtlichen letzten Nettolohns in Höhe von 2.283 Euro.

Selbst wenn man berücksichtigt, dass man im Ruhestand weniger benötigt und vielleicht mit 80 Prozent des Nettolohns auskommt, also im Beispiel mit 1.827 Euro, fehlen noch 454 Euro – jeden Monat. Schlaun also, wer schon jetzt die Vorsorge auf die Liste der guten Vorsätze schreibt. Denn je früher man damit beginnt, desto weniger belastet sie. Auch dazu ein Beispiel: Legt man die durchschnittliche Lebenserwartung der 1990 geborenen Männer von 77 Jahren zugrunde, müsste man beim Renteneintritt ein Kapital von rund 54.000 Euro angespart haben, um monatlich über 454 Euro zusätzliche Rente verfügen zu können. Wer heute einen Fonds-Sparvertrag abschließt (auf einen Mischfonds, Laufzeit 39 Jahre, angenommener Wertzuwachs 3,5 Prozent im Jahr, Ausgabeaufschlag 3 Prozent), erreicht das Ziel mit einer monatlichen Sparrate von nur 57 Euro: Mit 67 Jahren verfügt der Sparer dann über rund 54.600 Euro.

Mit dem Sparen ist es natürlich wie mit einer Diät: Wer sich zu viel vornimmt, bricht das Vorhaben schnell wieder ab. Man kann aber mit einem kleinen Sparvertrag etwa über 50 Euro starten und später aufstocken, wenn auch der Verdienst steigt. Wichtig ist es, überhaupt mal anzufangen. In diesem Sinne: Ein gutes neues Jahr!



Foto: ApoBank

ApoBank-Expertin Inga Krzeczowska, Abteilungsleiterin Analytics & Engineering, gibt in der iNPUT! regelmäßige Tipps zur Geldanlage.

CHANCE PRAXIS

Einsichten. Ansichten. Perspektiven.

by dzw

Die Zeitschrift informiert

- Angestellte
- Zahnärzte sowie
- Existenzgründer bei der eigenen beruflichen Zukunft – der Selbstständigkeit.

Erscheinungsweise: vierteljährlich (März, Juni, Sept., Dez.)

Jahres-Abonnementpreis: 26,- Euro (4 Ausgaben)



ISSN 1865-7036

Coupon

Bestell-Fax: 02323 593155

Ja, ich abonniere die CHANCE PRAXIS ab der nächsten erreichbaren Ausgabe für 1 Jahr. Wenn ich die CHANCE PRAXIS nicht weiter beziehen möchte, kündige ich das Abonnement schriftlich vier Wochen vor Ablauf. Andernfalls verlängert sich mein Abonnement um ein weiteres Jahr.

- Praxis Privat ZAVZÄ KFO MKG Assistent Student

Ich/wir erteile(n) dem Zahnärztlichen Fach-Verlag GmbH, Herne, widerruflich die Ermächtigung zum SEPA-Basis-Lastschriftverfahren aller vom ZFV ausgestellten Rechnungen.

- Sepa-Lastschrift Jahresrechnung

Name, Vorname (Kontoinhaber)

Geldinstitut

Straße

DE
IBAN (max. 22 Stellen)

PLZ, Ort

BIC (8 oder 11 Stellen)

Telefon-Nr.

Fax-Nr.

Ich bin/wir sind damit einverstanden, dass zur Erleichterung des Zahlungsverkehrs, die grundsätzliche 14-tägige Frist für die Information vor Einzug (Pre-Notification) einer fälligen Zahlung bis auf 2 Tage vor Belastung verkürzt werden kann.

E-Mail

Ort/Datum

Unterschrift/Kontoinhaber



Zahnärztlichen Fach-Verlag GmbH
Mont-Cenis-Str. 5 Telefon 02323 593 152 abo-service@dfvug.de
44623 Herne Telefax 02323 593 155 www.dzw.de

DE52ZFFV00000092056

Gläubiger-Identifikations-Nr.