

Fokussierung auf Behandlungsarten oder Patientengruppen

Für einen nachhaltigen Erfolg der Zahnarztpraxis

Johannes G. Bischoff

Viele Zahnarztpraxen verfolgen heute eine klare strategische Ausrichtung. Nach einer Erhebung im Rahmen der Fortbildungsreihe „BWL trifft Zahnmedizin“ entscheiden sich rund 40 % der Praxen für eine gezielte Fokussierung auf bestimmte Behandlungen – etwa Implantologie, hochwertige Prothetik, Endodontie, nachhaltige Zahnerhaltung oder Aligner-Therapien in der Kieferorthopädie oder auch auf eine Patientengruppe wie Familien, Senioren, Geschäftsleute, Angstpatienten ...

Eine bewusst gewählte Spezialisierung ermöglicht es, individuelle Stärken konsequent auszubauen. Was eine Praxis besonders gut kann, wird durch die Fokussierung intensiver genutzt – und damit auch effizienter, so das Grundprinzip. Spezielle Geräte werden häufiger eingesetzt, Materialien können in größeren Mengen eingekauft werden, was häufig günstigere Einkaufskonditionen erlaubt. Die wirtschaftlichen Erfolge sind skalierbar, was zu einer besseren Praxisplanung führt.

„Die passende Fokussierung bringt nicht nur mehr wirtschaftlichen Erfolg, sondern oft auch mehr Freude am Beruf.“

Kombination mit Kosten-, Preis- oder Differenzierungsstrategien

Eine Fokussierungs- oder Nischenstrategie steht dabei selten für sich allein. Häufig wird sie mit einer Kosten- oder Preisführerschaft oder mit einer Differenzierungsstrategie kombiniert. Welche Ausprägung sinnvoll ist, hängt stark von der gewählten Behandlungsausrichtung und den regionalen Rahmenbedingungen ab.

Ein typisches Beispiel ist die Implantologie: Praxen, die diesen Schwerpunkt setzen, forcieren ihr Wachstum durch eine konsequente Optimierung der Abläufe. Standardisierte Prozesse, effiziente Behandlungszeiten sowie der gezielte Einsatz preisgünstiger Implantate und Suprakonstrukti-

onen ermöglichen es, implantologische Leistungen zu vergleichsweise niedrigen Kosten anzubieten – ohne Abstriche bei der Qualität.

Behandlungsarten systematisch analysieren

Bevor Behandlungsschwerpunkte festgelegt werden, empfiehlt sich eine strukturierte Analyse der angebotenen Leistungen. In einer sogenannten Behandlungsarten-Analyse wird untersucht, welche Leistungen häufig oder selten erbracht werden und welchen Ertrag sie pro Zeiteinheit erzielen.

Ziel ist es hierbei, Behandlungen zu identifizieren, die sowohl wirtschaftlich attraktiv als auch regelmäßig nachgefragt sind. Typische Beispiele sind implantologische Leistungen, hochwertige prothetische Versorgungen oder Aligner-Behandlungen. Werden diese Leistungen häufig durchgeführt, lassen sich auch bei niedrigeren Einzelhonoraren – etwa durch schnellere Abläufe, reibungslose Prozesse und bessere Einkaufskonditionen – insgesamt hohe Deckungsbeiträge erzielen (Abb. 1).

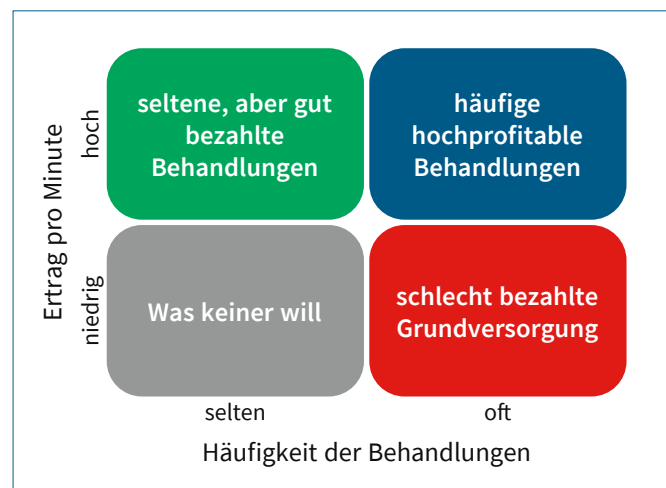


Abb. 1 Behandlungs(arten)-Analyse.

„Hohe Profitabilität entsteht nicht allein durch hohe Honorare, sondern durch die Kombination aus Nachfrage, Effizienz und Struktur.“

Nischenstrategien als Alternative

Der umgekehrte Ansatz zeigt sich bei Praxen mit einem klaren endodontischen Schwerpunkt. Viele allgemein-zahnärztliche Praxen empfinden Wurzelbehandlungen als wenig attraktiv und geben diese Leistungen daher an spezialisierte Kolleginnen und Kollegen ab.

Praxen mit dieser Spezialisierung sind in der Regel technisch hervorragend ausgestattet, beispielsweise mit Dentalmikroskopen. Durch die hohe Spezialisierung erzielen sie in der Endodontie überdurchschnittliche Honorare. Voraussetzung ist allerdings, dass die Überweiserpraxis ihre Patientinnen und Patienten nicht dauerhaft auch in anderen Behandlungsbereichen verliert.

In diesem Fall wird eine klassische Behandlungsnische mit einer Differenzierungsstrategie kombiniert: Die Praxis positioniert sich klar als Spezialanbieter für eine bestimm-

te Leistung – mit entsprechender technischer Ausstattung, Expertise und Außenwirkung.

Fazit

Eine gezielte Fokussierung auf bestimmte Behandlungen ist für viele Zahnarztpraxen ein zentraler Hebel für wirtschaftlichen Erfolg. Ob über häufige hochprofitable Leistungen oder über spezialisierte Nischenangebote: Entscheidend ist eine bewusste strategische Entscheidung auf Basis fundierter Analysen. Richtig umgesetzt, steigert sie nicht nur die Rentabilität der Praxis, sondern häufig auch die Zufriedenheit der Behandlerinnen und Behandler.

Hinweis

Der Beitrag stammt inhaltlich aus der Vorlesung „Die erfolgreiche Praxisstrategie“ aus der Webinar-Reihe „BWL trifft Zahnmedizin“ von Prof. Dr. Bischoff, die am 28. Mai 2026 in die dritte Runde startet. Mehr Infos und Anmeldung hier <https://bwl.bischoffundpartner.de> oder über den QR-Code in der Autorenbox.

Johannes G. Bischoff

Prof. Dr. rer. pol., Steuerberater, vBP, Wirtschaftsprofessor
Prof. Dr. Bischoff & Partner AG, Steuerberatungsgesellschaft für Zahnärzte
Riehler Straße 36
50668 Köln
E-Mail: service@bischoffundpartner.de
Web: bischoffundpartner.de

