



Businessplan Pitchversion

Executive Summary für Pre-Seed Finanzierungsrunde

Stand: Januar 2026

1. Executive Summary

Problem

Viele Zahnarztpraxen könnten mit gut strukturierten Vorsorge- und Membership-Programmen zusätzliche, planbare Umsätze bis in den mittleren sechsstelligen Bereich pro Jahr realisieren, lassen dieses Potenzial aber weitgehend liegen. In der Praxis scheitert es weniger an der Idee als an der Umsetzung: Marketing, Tarifgestaltung, Vertragslogik, Abrechnung, Mahnwesen und Datenschutz erzeugen so viel administrativen Aufwand, dass solche Programme oft gar nicht erst starten oder schnell wieder einschlafen – genau diese Hürde räumt unsere Lösung aus dem Weg.

Lösung

Wir entwickeln [Patienten-Bindung.ch](#), eine intuitive SaaS-Plattform, die Zahnarztpraxen ermöglicht, Vorsorgeprogramme **ohne technischen Aufwand** zu erstellen, zu verwalten und zu skalieren. Die Plattform kombiniert:

- **Digitale Programm-Management:** Vorsorgeprogramme in Minuten konfigurieren
- **Physische Mitgliedskarten + NFC-Integration:** Haptische Touchpoints, professionelles Branding
- **Automatisierte Abrechnung & Recall:** Zahlungen, Mahnwesen, Erinnerungen laufen vollautomatisch

- **KI-gestützte Automatisierung:** Text- und Kampagnenerstellung aus wenigen Klicks

Resultat für die Praxis: Stabile, planbare Einnahmen (EUR 50.000 - 300.000+/Jahr Vorsorgeumsatz möglich, je nach Praxisgröße), optimierte Auslastung, reduzierter administrativer Aufwand.

Geschäftsmodell

Hybrid Revenue Model mit hoher Skalierbarkeit:

- **Monatlicher Retainer:** EUR 199–249 (abhängig von Praxisgröße)
- **Nutzungsgebühr:** EUR 2 pro aktiven Programm-Patient/Monat
- **Hardware & Add-ons:** NFC-Karten, Lesegeräte, Branding-Services (positive Deckungsbeiträge)

Break-even: Ca. 12–13 aktive Praxen. Danach: quasi-linearer Gewinn pro zusätzliche Praxis + Patient.

Marktchance

- **Schweiz:** 4.300 Zahnarztpraxen, hoher Bedarf an digitalen Bindungslösungen (hohes Privatanteilen der Zahnleistungen)
- **Deutschland:** 36.000 Zahnarztpraxen, komplexer regulatorisch, aber massives Langfristpotenzial
- **Serviceable Available Market (SAM):** ~EUR 65–100 Mio./Jahr (Praxen mit Wachstumsorientierung + Digitalisierungsbereitschaft)
- **Serviceable Obtainable Market (SOM) in 3–5 Jahren:** EUR 1,3–4,5 Mio. bei konservativer 2–3%-Marktdurchdringung

Team

Zwei Gründer mit **direkter Dentalmarkt-Erfahrung:**

- Mehrere Jahre operativ bei einer großen Zahnarzt-Klinikgruppe an der Schweiz–Deutschland-Grenze

- Haben Patientenbindungssysteme selbst implementiert, die wirtschaftlichen Effekte in der Praxis gemessen
- Komplementäre Skills: Marketing, Design, Strategie + Finanzplanung, Kalkulation, Controlling
- **Direkter Zugang zu Pilot-Kliniken** → sichere Validierung

Investment & Meilensteine

- **Ask:** EUR 180.000 (Early-Seed)
- **Use of Funds:** MVP-Entwicklung (EUR 70.000-130.000), Tech-Infrastruktur (EUR 10.000), Legal/Compliance (EUR 10.000), Hardware-Pilot (EUR 5.000), Go-to-Market (EUR 5.000) Puffer (EUR 20.000)
- **Meilensteine:**
 - Q3 2026: MVP mit 2 Kernfunktionen (Vorsorgeprogramme + NFC-Karten)
 - Q4 2026: Live-Einsatz in 2–3 Pilotpraxen, erste ROI-Daten
 - 2027: 15–20 aktive Praxen (CH), EUR 40–50k MRR

2. Marktanalyse: Warum Zahnarztpraxen, warum jetzt?

Kernproblem: Manuelle Vorsorgeprogramme funktionieren aber scheitern an Skalierung

Aspekt	Aktueller Zustand	Auswirkung
Programm-Setup	Papierformulare, manuell konfiguriert	Wochenlanger Setup, hohe Fehlerquote
Patientenakquise	Telefonische/persönliche Ansprache	Kapazitätslimit, inkonsistent

Zahlungsabwicklung	Manuelle Rechnungsstellung, Email-Mahnungen	Verzögerungen, schlechte Erfolgsquote
Auslastungsplanung	Keine Vorhersehbarkeit, Spitzenwerte wechseln ab	Ineffiziente Personalplanung
Prävention	Ad-hoc-Erinnerungen, Patientenvergesslichkeit	Hohe No-Show-Quote, Praxisauslastung sinkt

Trend im Markt: Praxen verstehen den Wert von Prävention, haben aber keine technische Lösung → **Software-Gap**.

Marktgröße & Wettbewerbsintensität

Total Addressable Market (TAM):

- Schweiz: 4.300 Zahnarztpraxen × EUR 12.000/Jahr durchschn. Budgetpotenzial = EUR 51,6 Mio./Jahr
- Deutschland: 36.000 Zahnarztpraxen × EUR 12.000 = EUR 432 Mio./Jahr
- **Gesamt TAM: EUR 483,6 Mio./Jahr**

Serviceable Available Market (SAM):

- Fokus auf wachstumsorientierte, digital-affine Praxen in urbanen Gebieten
- Schweiz: ~1.500 Praxen, Deutschland: ~5.000 Praxen
- **SAM: EUR 65–100 Mio./Jahr**

Wettbewerbslandschaft:

- **Internationale Lösungen** (DentalHQ, BoomCloud, Pearly): US/UK-fokussiert, nicht DACH-spezifisch, keine physischen Komponenten
- **Recall-Software** (Roger, Adit): Nur Kommunikation, keine Monetarisierung
- **Generische Loyalty-Systeme** (Stamp Me, Loopy): Nicht healthcare-spezifisch, kein Praxisbezug
- **Resultat:** Kein echter „End-to-End“-Konkurrent im deutschsprachigen Raum → **White Space**

3. Produktstrategie & Differenzierung

Was macht uns anders?

Einzigartige Kombination aus:

1. **Praxisnah:** Physische Mitgliedskarten + NFC-Lesegeräte schaffen haptische, professionelle Touchpoints (nicht nur Software)
2. **Vollintegration:** Programm-Management, Zahlung, Mahnwesen, Recall – alles aus einer Hand (keine Systembruch-Frustration)
3. **Minimal Friction:** Programme in Minuten erstellen, kein Schulungsbedarf, Empfang kann sofort arbeiten
4. **Automatisiert:** KI-gestützte Textgenerierung, automatische Erinnerungen, Abrechnung läuft schlafend
5. **DACH-optimiert:** DSGVO-konform, deutschsprachig, lokales Support, Verständnis für Praxisabläufe

MVP (Phase 1): Zwei Kernfunktionen

Feature 1: Vorsorgeprogramm-Manager

- Praxis erstellt Programme (z. B. „DH-Paket“: Kontrolle + Zahnstein Removal, CHF 490/Jahr)
- Patient meldet sich an, Zahlung läuft über die Plattform
- Automatische Rechnungsstellung, Mahnwesen, Reporting für die Praxis
- KI-gestützte Kampagnen-Texte für E-Mail, SMS

Feature 2: NFC-Mitgliedskarten & digitale Stempel

- Physische Karte im Praxisbranding (hochwertig, keine Plastik-Massenware)
- NFC-Lesegerät an der Empfangstheke
- Patient hält Karte ans Gerät → Stempel automatisch erfasst
- Digitale Stempelkarte auf Patientenportal einsehbar

4. Geschäftsmodell & Ökonomik

Revenue Model

Säule	CHF/EUR	Notizen
Retainer (klein)	CHF 199/Mo	Bis 100 Programm-Patienten
Retainer (mittel)	CHF 249/Mo	100–500 Programm-Patienten
Retainer (groß)	Enterprise	>500 Patienten (individuell)
Nutzungsgebühr	CHF 2/Patient/Mo	Pro aktiven Programm-Teilnehmer
Hardware	CHF 15–40	NFC-Karte, Lesegerät (mit Deckungsbeitrag)
Services	CHF 500–5.000	Branding, Kampagnen-Setup, Design

Finanzielle Logik bis Break-Even

Kostenstruktur (Monatlich):

- Infrastruktur + Hosting: ~EUR 1.500
- Zahlungsabwicklung: 2–3% (eingerechnet in Pricing)
- Entwicklung/Support (reduziert nach MVP): ~EUR 1.000/Mo
- **Gesamte Fixkosten: ~EUR 4.000–4.500/Mo**

Umsatzlogik pro Praxis:

- Praxis 1: EUR 249/Mo (Retainer) + 150 Patienten × EUR 2 = EUR 249 + EUR 300 = EUR 549/Mo
- Praxis 2–5: Ähnlich, durchschn. EUR 350–400/Mo pro Praxis
- Praxis 12–13: **Break-even erreicht** (EUR 4.500–5.200 MRR bei durchschn. EUR 400/Praxis)

Danach: Jede zusätzliche Praxis trägt mit EUR 350–400 direkt zum Gewinn bei.

Unit Economics

Metrik	Annahme
CAC	EUR 1.500–2.000 (Direktvertrieb, keine massive Ads)
LTV (36 Monate)	EUR 14.400–19.200
LTV/CAC	7–10x
Churn	1-2%/Jahr (Lock-In Effekt + Keine alternative)

5. Go-to-Market: Fokussiert & Realistisch

Phase 1: Pilot & Validierung (2026)

Strategie: Direkte Akquise über **bestehende Netzwerk-Klinikgruppe**

- 2–3 Pilot-Praxen als Beta-User (bevorzugte Partner)
- Reale Daten: Programm-Patienten, Prepaid-Umsätze, Auslastungseffekte
- Ziel: **Reproduzierbarer Onboarding-Prozess** + erste Case Study

Taktik:

- Direct Calls mit Klinikgruppen-Leitung
- Persönliches Onsite-Training
- Iteratives Feedback-Loop mit Praxen

Resultat bis Ende 2026:

- MVP live
- 1–3 zahlende Kunden
- EUR 1.500–3.000 MRR
- **Proof of Product-Market Fit**

Phase 2: Schweizer Markteintritt (2027)

Strategie: Vertrieb durch **Zahnarzt-Verbände, Fachjournale, Konferenzen**

- Teilnahme auf Zahnarzt-Messen (Deutsch Schweizer Zahnärzteverband, etc.)
- Content-Marketing: Blog über Patientenbindung, ROI-Kalkulatoren
- PR in Fachmedien (Zahnärztliche Mitteilungen, etc.)
- Gezieltes Outreach zu Praxisgruppen

Target: 15–20 Praxen bis Ende 2027

Umsatz: EUR 40–50k/Jahr (EUR 3.300–4.200 MRR)

Phase 3: Deutsche Expansion (ab 2028)

- Lokalisierung für deutsche Compliance (DSGVO-Spezifika, Abrechnungslogik)
 - Aufbau eines Partner-Netzwerks (Zahnärzte-Verbände, Managementberatungen)
 - Skalierung auf EUR 100–200k/Jahr
-

6. Team & Kompetenzprofil

Co-Founder 1: Mike Möhler

Rolle: Gründer & Product/Strategy Lead

- **Background:** Duales Studium Marketing Management, mehrere Jahre operativ bei Clinius MVZ GmbH (große Zahnarzt-Klinikgruppe)
- **Expertise:** Product Vision, User Experience, Marktverständnis, Unternehmertum
- **Value Add:** Praxis-nah, kundenorientiert, versteht Zahnarzt-Realität von innen

Co-Founder 2: Jamy Fritzler

Rolle: Gründer & Finance/Operations Lead

- **Background:** Duales Studium Accounting & Controlling, mehrere Jahre bei Clinius MVZ GmbH
- **Expertise:** Finanzplanung, Controlling, KPI-Steuerung, operative Skalierung
- **Value Add:** Datenbasis, messbare Rentabilität, schlank operational

Team-Stärken

Dimension	Stärke
Branchenerfahrung	Beide haben Zahnarzt-Kliniken von innen erlebt, nicht theoretisch
Komplementarität	Produkt + Finance = vollständige Gründer-DNA
Pilot-Zugang	Direkte Verbindung zur Klinikgruppe
Schlank	Keine teuren Angestellten am Anfang, nur externe Dev-Partner

Hiring Plan (Jahren 1–3)

- **Q3 2026:** Erste freelance/part-time Developer (je nach Bedarf)
- **Q1 2027:** Junior Sales/Support (0,5 FTE)
- **Q4 2027:** Second Developer (0,75 FTE)
- **2028+:** Scale basierend auf Umsatzgrowth

7. Finanzierungsbedarf & Use of Funds

Ask: EUR 180.000 (Pre-Seed)

Kategorie	EUR	%	Zweck
Produktentwicklung	110.000	70%	Figma → funktionierendes MVP
Infrastruktur	20.00	10%	Cloud, Hosting, Payment-Integration
Legal & Compliance	10.000	10%	DSGVO, AGB, Verträge, GmbH-Gründung

Hardware-Pilot	5.000	5%	NFC-Karten, Lesegeräte, Logistik
Go-to-Market	15.000	5%	Reisen, Marketing-Basics, Testing

Mittelvergabe Timeline

Phase	Zeitraum	Budget	Fokus
Phase 1: Discovery & Setup	Q1 2026	EUR 25.000	Design-Finalisierung, Legal-Kickoff, Tech-Specs
Phase 2: Development	Q2 2026	EUR 40.000	Backend, Frontend, Payment, NFC-Integration
Phase 3: Hardening & Test	Q3 2026	EUR 20.000	Live-Tests in Pilotpraxen, Bug-Fixes, Scalability
Phase 4: Iteration & Scale	Q4 2026– Q2 2027	EUR 15.000	Support für erste Kunden, Reproduzierbarkeit, Roadmap Phase 2

8. Finanzielle Prognose & Szenarien

Basis-Szenario (Konservativ)

Jahr	Praxen	MRR (EUR)	ARR (EUR)	Cumulative Spend	Status
2026	2–3	1.500	18.000	100.000	MVP Live, erste Cases
2027	15–20	5.000	60.000	30.000	Schweizer Markt Start

2028	60–80	22.000	264.000	20.000	Starke Profitabilität
2029	150–200	55.000	660.000	0 (selbstfinanzierend)	Expansion nach DE

Upside-Szenario (Aggressive Growth)

Jahr	Praxen	ARR (EUR)
2027	30–40	120.000
2028	120–150	600.000
2029	300–400	1.800.000

(Annahme: Schnellere Adoption durch Praxisgruppen-Rollout)

9. Roadmap & Meilensteine

2026: MVP & Validierung

- ☒ **Q1:** MVP-Design finalisiert, Legal & Tech-Specs, Dev-Partner ausgewählt
- ☒ **Q2:** Backend, Frontend, Payment & NFC live in Test-Umgebung
- ☒ **Q3:** Pilot in 2–3 realen Praxen, erste live Patientendaten
- ☒ **Q4:** Case Study + Reproduzierbarer Onboarding-Prozess

2027: Schweizer Markteintritt

- **Q1:** Dezentrale Rollout auf 5–10 weitere Praxen, Support-Prozesse standardisiert
- **Q2–Q4:** Aktive Praxen-Akquise über Verbände & Content, Ziel 15–20 Praxen, EUR 40–50k ARR

2028: Profitabilität & Deutsche Expansion

- **Q1–Q2:** Deutsche Compliance-Anpassungen, Lokalisierung
 - **Q3–Q4:** Pilot-Rollout in Deutschland, erste deutsche Praxen onboarden
-

10. Risiken & Mitigationen

Risiko	Wahrscheinlichkeit	Impact	Mitigation
Entwicklung dauert länger	Mittel	Hoch	MVP-First-Ansatz, externe Dev + interne Architektur, regelmäßige Sprints
Praxen fordern zu viel Customizing	Mittel	Mittel	Harte Scope-Definition in MVP, klare Limits, Customizing = Phase 2
Datenschutz/Payment-Komplexität	Mittel	Hoch	Fachanwalt ab Q1, Payment-Partner involvieren, iterativ testen
Klinik-Pilot fällt weg	Niedrig	Hoch	2–3 alternative Praxen in Rückhand, direkter Kontakt zu Praxisleitung
Churn > Erwartet (>8%)	Niedrig	Mittel	Customer Success Team ab 2027, regelmäßiges Feedback-Sammeln
Wettbewerber kopiert	Niedrig-Mittel	Mittel	First-Mover-Vorteil im DACH-Raum, Customer Stickiness (physische Karten)

Kontakt & Weitere Unterlagen

Mike Möhler & Jamy Fritzler GbR
Markgrafenstraße 147
79211 Denzlingen, Deutschland

Gründer:

- Mike Möhler: [m.moehler@gearprint.de
- Jamy Fritzler: [j.fritzler@gearprint.de

Website: www.patienten-bindung.ch

Pitch-Dokument Version 1.0

Erstellt: Januar 2026

Für: Investor Roadshow – Pre-Seed Round