

1.4 Abgabepraxen

Für viele Zahnärzte, die eine Existenzgründung in eigener Praxis planen, stellt die Übernahme einer bestehenden Zahnarztpraxis eine attraktive Alternative zur Neugründung dar. Neben einer besseren wirtschaftlichen Kalkulierbarkeit spricht insbesondere der bestehende Mitarbeiter- und Patientenstamm für die Übernahme.

Die Zahl der niederlassungswilligen Zahnärzte geht zurück, die Zahl der Abgabepraxen steigt. Es ist mindestens mit einem Anhalten, wenn nicht sogar mit einem Steigen dieses Trends zu rechnen, denn in den kommenden zehn bis fünfzehn Jahren werden die so genannten „Babyboomer“ ins Rentenalter kommen und möchten ihre Praxis verkaufen.



Die Jahre 1955 bis 1969 waren in Deutschland besonders geburtenreiche Jahrgänge. Personen, die innerhalb dieser Zeit geboren wurden, werden als „Babyboomer“ bezeichnet. Da es generell viele Personen dieser Jahrgänge gibt, gibt es folgerichtig auch viele niedergelassene Zahnärzte dieser Generation, die bald das Rentenalter erreichen.

Angebot und Nachfrage

Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage hat sich gedreht. Diese Situation führt zu stark sinkenden Verkaufspreisen, was niederlassungswillige Zahnärzte nutzen können, um gut eingeführte, umsatzstarke Zahnarztpraxen günstig zu erwerben und so ihr Existenzgründungsrisiko erheblich zu reduzieren bzw. ihre Startchancen signifikant zu erhöhen.

Finanzierungsvolumen

Doch die sinkenden Verkaufspreise sind mit Vorsicht zu betrachten. Die Folgeinvestitionen, die im Zusammenhang mit einer Praxisübernahme zusätzlich zum eigentlichen Verkaufspreis fällig werden, haben sich in den letzten Jahren drastisch erhöht. Damit ist das gesamte Finanzierungsvolumen, das für den Start in eigener Praxis bei Übernahme fällig wird, insgesamt gestiegen.

Eine richtige und gut überlegte Entscheidung in Bezug auf die Auswahl der passenden Praxis zu treffen ist aber nicht nur im Hinblick auf die zu leistende Investition wichtig. Die Praxis muss nicht nur „günstig“ sein, sondern verschiedene Parameter (Lage/Standort, Raumaufteilung, Verkehrsanbindung, Klientel etc.) müssen auch geeignet sein, damit Sie sich langfristig in der Praxis wohlfühlen und sich vorstellen können, dass die Gegend, in der die Praxis liegt, mindestens für die nächsten Jahrzehnte ihre Heimat sein wird.

Parameter

Neben der eigentlichen Wertermittlung des Verkaufswertes einer Praxis sind daher noch viele weitere Punkte zu klären, um die Frage zu beantworten, welche für Sie die richtige Praxis ist. Die Praxis muss Potenzial haben und die geplante Übernahme muss umsetzbar sein. Hier sind auch Faktoren wie Organisation, Finanzen, Personal, Recht und Steuern, berufsständische Anforderungen und Kassenrechtliches zu beachten.

Definieren Sie, was Sie suchen

Je klarer Sie ein Bild im Kopf haben, desto eher werden Sie finden, wonach Sie suchen – definieren Sie vor der Suche, was Ihnen wichtig ist und was Sie eventuell ausschließen. Diese Gedanken können Sie sich einfach im Rahmen eines Brainstormings machen.

Brainstorming

- Was ist Ihnen in Bezug auf Ihre eigene Praxis wichtig?
- Welche Arbeitssituation wäre für Sie ideal?
- Was möchten Sie nicht?
- Wie wollen Sie in fünf Jahren arbeiten?
- Wie soll Ihr Alltag in Ihrer eigenen Praxis aussehen?
- Tendieren Sie eher zu einer Einzelpraxis oder zu einer Mehrbehandlerpraxis?
- Sehen Sie sich eher in der allgemeinen Zahnheilkunde (breit aufgestellt) oder streben Sie eine Spezialisierung an (wenn ja, in welchem Bereich)?
- Soll Ihre Patientenstruktur eher bodenständig oder elitär sein?

- Wünschen Sie sich einen Praxisstandort, der eher ländlich ist oder möchten Sie in einer Großstadt leben und arbeiten?
- Soll das Investitionsvolumen eher niedrig oder eher hoch sein?

Positionierung → Die Fragen unterstützen Sie bei der eigenen Positionierung und dabei, Abgrenzungskriterien zu definieren, wie z. B. in der wichtigen Frage, wo die Praxis liegen und wie groß sie sein sollte.

Praxen suchen und finden

Es gibt mehrere Möglichkeiten, nach geeigneten Praxen für die Praxisübernahme zu suchen:

- Übernahme einer Praxis aus der Familie,
- Übernahme einer Praxis, in der vorher ein Angestelltenverhältnis bestand,
- Suche auf dem freien Markt, z. B. über
 - Entsprechende Portale (z. B. Zahnärzteportale der Kammern und KZVen),
 - Praxisbörsen (z. B. von Banken oder Depots oder spezielle Zahnarzt-Vermittlungsbörsen),
 - Zeitschriften (z. B. ZM – zahnärztliche Mitteilungen),
- Empfehlung über persönliches und/oder berufliches Netzwerk.

Je besser Sie vorher für sich selbst definiert haben, was Sie suchen, desto leichter wird es Ihnen bei der Suche nach Praxen fallen, aus zur Verfügung stehenden Abgabepraxen zwischen solchen, die infrage kommen und solchen, die nicht infrage kommen zu selektieren.

Um aus Praxen mit unterschiedlichen Merkmalen letztendlich die „richtige“ auszuwählen, müssen Maßstäbe festgelegt werden, an denen die Eckdaten gemessen werden, sodass die potenziell infrage kommenden Praxen miteinander verglichen werden können.

Da dies zwar einen wichtigen, aber letztendlich „nur“ einen der ersten Schritte auf Ihrem langen Weg zur Existenzgründung darstellt, sollte

die Praxisauswahl möglichst effizient bleiben. Sie sollten sich nicht darin verlieren, damit Sie weiter vorankommen und motiviert bleiben. Das heißt, die Bemühungen zum Treffen einer Vorauswahl dürfen nicht zu kompliziert und nicht zu langwierig sein.

Es empfiehlt sich daher, standardisiert vorzugehen. Eine komplexe Entscheidungsproblematik kann überschaubarer gemacht werden, indem sie in kleinere Teile zerlegt wird.

Standardisiertes Vorgehen

Hierzu werden im Folgenden verschiedene Methoden zur Entscheidungsunterstützung vorgestellt und deren Vor- und Nachteile erläutert:

→ Pro-und-Contra-Liste

Bei einer Pro-und-Contra-Liste werden pro Praxis eher unsystematisch Stichpunkte zusammengetragen, die für bzw. gegen die Auswahl der Praxis sprechen. Das Erstellen einer Pro-und-Contra-Liste kann bei der Entscheidungsfindung helfen, da die übersichtliche Darstellung Sie dabei unterstützt, sich intensiv mit dem Entscheidungsproblem auseinanderzusetzen.

Pro-und-Contra-Liste



	Praxis A	Praxis B	Praxis C
+	<ul style="list-style-type: none"> • attraktive Lage • gehobene Klientel • ansprechendes Erscheinungsbild (Stil passt) • digitales Röntgen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftsform Einzelpraxis • hoher Anteil an Privatpatienten/Privatleistungen • digitales Röntgen, DVT 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftsform Einzelpraxis • hohe Scheinzahl • großer Patientstamm
-	<ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftsform MVZ • größer und teurer als angestrebt 	<ul style="list-style-type: none"> • aktuell Schwerpunkt Implantologie (keine Fortbildung vorhanden, Schwerpunkt muss bei Übernahme aufgegeben werden) • Scheinzahl überschaubar • Modernisierung notwendig (Stil passt nicht) 	<ul style="list-style-type: none"> • wird von Zahnärztin abgegeben 🗋️ • nur zwei Zimmer (wenig Möglichkeit passives Einkommen zu generieren) • Analoges Röntgen und Karteikarten