

Der Marktwert der Praxis

Prof. Dr. Thomas Sander

In den letzten Tipps haben wir uns mit den verschiedenen Wertarten und Berechnungsmethoden zur Praxiswertermittlung beschäftigt. Aber welchen Preis kann ich denn nun für den immateriellen Teil meiner Praxis am Markt wirklich erzielen?

Der Markt

Bei aktuell ca. 45.000 Zahnarztpraxen, jährlich etwa 2.000 Approbationen und ca. 16.000 Praxen, die in den nächsten Jahren schließen (Sander in ZWP 5/2014) gibt es einen regen Markt von abzugebenden bzw. zu übernehmenden Zahnarztpraxen. Dabei handelt es sich offensichtlich um einen Käufermarkt, weil die Zahl der Abgeber die Zahl der potenziellen Übernehmer deutlich übersteigt, denn die Zahl der Approbierten, die sich selbstständig machen, geht immer weiter zurück. Der Anteil angestellter Zahnärzte steigt dagegen stetig.

Ein wesentlich wertbestimmender Parameter ist der Gewinn der zu verkaufenden Praxis. Nun sollte man annehmen, dass es einen funktionalen Zusammenhang zwischen dem Gewinn der Praxis und dem tatsächlich realisierten Wert, also dem erzielten Preis, gibt. Unter anderem war dies Gegenstand einer Studie des IDZ, über die hier berichtet werden soll: Stellenwert des Sozialkapitals in Praxisbewertungsverfahren – Eine kritische Reflexion theoretischer Ansätze anhand empirischer Fallrekonstruktionen; Klingenberg und Sander, IDZ Köln, 1.2014, www.idz-koeln.de. Betrachtet wurde ausschließlich der materielle Wert.

Marktwert

In der oben genannten Studie wurden 27 Zahnärzte befragt, die ihre Praxis kürzlich veräußert hatten, und sechs junge Zahnärzte, die im gleichen Zeitraum eine Praxis erworben hatten. Dabei wurde zunächst festgestellt, dass es den o.g. mutmaßlichen funktionalen Zusammenhang nicht gibt: Man kann nicht von dem bisher erzielten Gewinn auf einen „Marktwert“ schließen. Die tatsächlich realisierten Werte streuen sehr. Daher muss es andere beeinflussende Parameter geben. In der Studie wurde dieser Frage nachgegangen. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf den Einfluss des Sozialkapitals, also der Stellung der Praxis als Organisationseinheit und als Teil einer gewachsenen Infrastruktur in der betreffenden Region, gelegt. Insgesamt wurde festgestellt, dass Aspekte mit großer Festigkeit – das sind Parameter, die vom Übernehmer eher schwer zu verändern sind – größeren Einfluss auf die Kaufpreisfindung haben als Aspekte mit geringer Festigkeit, die also eher leicht vom Übernehmer beeinflusst werden können (siehe Abb.).

Preisbildende Faktoren

Die betriebswirtschaftliche Seite der zu veräußernden Praxis hat bei der Preisfindung nach wie vor die größte Bedeutung (bisheriger Umsatz bzw. Gewinn). Interessanterweise haben aber die zukünftig zu erwartenden Gewinne eine nicht so große Bedeutung wie die bisherigen. Vermutlich liegt das daran, dass diese – ebenso wie die Kosten – leichter vom zukünftigen Inhaber beeinflusst werden können.

BASIS: Umsatz und Gewinn

SONDERROLLE:
Sympathie



guter Ruf
Lage
Patientenstamm
langjährige Bindung
Vertrauen
zukünftige Gewinne
Kosten
Praxisorientierung
Positionierung
Umfeld

Von relativ großer Bedeutung für die Preisfindung ist auch der Patientenstamm, wobei die Käufer den Anteil der Privatpatienten im Gegensatz zu den Verkäufern eher gering gewichteten. Als sehr wichtig wird die Lage der Praxis angesehen – hier ist die Festigkeit naturgemäß sehr hoch. Die Zahnarzt-Patienten-Beziehung ist maßgeblich für den Aufbau des Sozialkapitals. Dabei ist das der Praxis innewohnende Sozialkapital für den Verkäufer bedeutsamer als für den Käufer. Auch hier kann vermutet werden, dass die Käufer dieses wegen der guten Beeinflussungsmöglichkeiten nicht so hoch gewichteten. Gleiches gilt für die Positionierung der Praxis, die der Käufer ja selbst schaffen muss, sowie die Praxisorganisation. Dabei wird die Bedeutung von gut aus- und fortgebildeten Mitarbeitern noch als der wichtigste Aspekt angesehen. Innerhalb des Sozialkapitalkomplexes waren die langfristige Bindung der Patienten an die Praxis einschließlich der persönlichen Kontakte und der Vertrauensbasis sowie das Ansehen der Praxis die bedeutendsten Aspekte im Hinblick auf die Kaufpreisfindung. Gesichtspunkte wie Einwohnerzahl, Einkommensniveau und Zahnarzt-dichte haben generell keine große Bedeutung für die Kaufpreisfindung, wenn sie auch für den Käufer wichtiger sind als für den Verkäufer. Sehr interessant ist, dass die Sympathie zwischen Käufer und Verkäufer eine Rolle spielt: Mit zunehmender Sympathie gingen betriebswirtschaftliche Aspekte in ihrer Bedeutung zurück. Für die Käufer ist das Vertrauen zum Abgeber wichtig, die Verkäufer wollen „ihr Lebenswerk in guten Händen wissen“.

Einfluss auf die Wertermittlung

Der Wert einer Praxis macht sich im Allgemeinen an den zukünftigen Erträgen fest. Welche Parameter dabei für die zukünftige Entwicklung der Praxis aus Sicht der Betroffenen eine Rolle spielen, wurde auch durch die o.g. Studie deutlich. Die genannten Aspekte haben durchaus Einfluss auf die Entscheidungswerte. Insbesondere beim Einfluss der Parameter auf die anzusetzenden Ergebniszeiträume hat die Untersuchung wertvolle Anregungen für weitere Überlegungen geliefert.



SEMINAR:

Was ist meine Praxis wert? mit Prof. Dr. Thomas Sander

- 21. Nov. 2014, Essen, www.essener-implantologietage.de
- 5. Dez. 2014, Baden-Baden, www.badische-implantologietage.de

Prof. Dr.-Ing. Thomas Sander

Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger
für die Bewertung von Arzt- und Zahnarztpraxen

Lehrgebiet Praxisökonomie

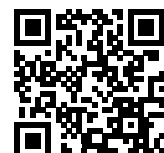
Medizinische Hochschule Hannover

Carl-Neuberg-Straße 1, 30625 Hannover

Tel.: 0171 3271140

sander.thomas@mh-hannover.de

www.prof-sander.de



Prof. Dr. Thomas Sander
Infos zum Autor